

جامعة آل البيت
كلية إدارة المال والأعمال
قسم إدارة الأعمال

رسالة ماجستير بعنوان:

استخدام بطاقات الائتمان الالكترونية وأثرها في ربحية
المصارف: نموذج معدل العائد على حقوق الملكية
"دراسة تطبيقية"

***Using Electronic Credit Cards and Its Effect in
Banks Profitability: Return on Equity Model
"An Applied Study"***

إعداد الطالب
محمود عقيل المحسن
0620502008

إشراف الدكتور
سليمان إبراهيم الحوري

2009/2008

الإهداء

أهدي هذا العمل :
- إلى أبي نبع الحنان.... وقبض الأمان.

**- إلى أمي الغالية التي طالما
شجعتني وشحذتني بالقوة والصبر
والدعاء.**

**إلى إخواني وأخواتي .. سندي ..
وعضدي**

إلى زملائي وأصدقائي..

إلى كل من له مكانه في قلبي...

الشكر والتقدير

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين نبينا محمد وعلى آله وأصحابه والتابعين لهم بإحسان إلى يوم الدين، وبعد:

لا يسعني وقد شارفت هذه الرسالة على الانتهاء، إلا أن أتقدم بجزيل شكري إلى الدكتور **سليمان إبراهيم الحوري**، الذي أشرف على هذه الرسالة، وقدم لي الكثير من علمه النافع، فله مني كل الشكر والتقدير. كما أتقدم بخالص شكري وتقديري إلى أساتذتي الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة، على تفضلهم بقبول مناقشة هذه الرسالة وتحمل أعباء قراءتها وتصويبها بما يضمن إثراءها وإظهارها بالشكل العلمي اللائق.

كما أتقدم بجزيل الشكر إلى أساتذتي الأفاضل أعضاء هيئة التدريس في قسم إدارة الأعمال في جامعة آل البيت لما قدموه من رعاية واهتمام طوال فترة برنامج الماجستير.

كما وأتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من كان بجانبني في أثناء إعدادي لهذه الرسالة.

إليهم جميعاً أتقدم بالشكر الجزيل والعرفان بالجميل

محمود المحسن

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
الإهداء.....	ب.....
الشكر والتقدير	ج.....
قائمة المحتويات.....	د.....
قائمة مصطلحات الدراسة	
.....	و.....
فهرس الجداول	ز.....
فهرس الملاحق	ح.....
فهرس الأشكال	ط.....
ملخص الدراسة باللغة العربية	
.....	ي.....
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	1.....
1.1.1 مقدمة	2.....
1.1.2 أهمية الدراسة	3.....
1.1.3 مشكلة الدراسة.....	3.....
1.1.4 أهداف الدراسة	4.....
1.1.5 فرضيات الدراسة.....	4.....
1.2. منهجية الدراسة.....	6.....
1.2.1 أسلوب الدراسة.....	6.....
1.2.2 مجتمع الدراسة:.....
.....	6
1.2.3 عينة	
الدراسة.....	7.....
1.2.4 مصادر البحث.....	8.....
1.2.5 حدود الدراسة	
.....	8.....

	1.2.6	التعريفات
8.....		الإجرائية.....
	1.2.7	الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل
	9.....	البيانات.....
	1.3	الدراسات السابقة
	11.....
		الفصل الثاني: بطاقات الائتمان الالكترونية، نشأتها ، وأنواعها
	17.....	ومزاياها ومساوئها.....
		المبحث الأول. تعريف بطاقات الائتمان ونشأتها
	18.....	 وأنواعها.....
	2.1.1
	18.....	مقدمة.....
19	2.1.2	مفهوم البطاقات الالكترونية.....
	2.1.3	أنواع البطاقات الالكترونية
	19.....
21	2.1.4	مفهوم البطاقات الائتمانية
24	2.1.5	أنواع بطاقات الائتمان
30	2.1.6	المنظمات العالمية المصدرة للبطاقة الائتمانية.....
32	2.1.7	المؤسسات المالية العالمية المصدرة للبطاقة الائتمانية الالكترونية .
34	2.1.8	نشأة بطاقات الائتمان وتطورها
		المبحث الثاني : أطراف التعامل ببطاقات الائتمان وفوائدها
	43.....	وسلبياتها.....
	2.2.1	أطراف التعامل ببطاقة الائتمان
	43.....	الالكترونية.....
	2.2.2	العلاقة العاقدية بين أطراف التعامل ببطاقة الائتمان الالكترونية
	44.....
	2.2.3	فوائد بطاقات الائتمان الالكترونية
	47.....	وسلبياتها.....
		المبحث الثالث: بيانات تطور إصدار البطاقات الائتمانية للبنوك عينة
	57.....	الدراسة.....
61		الفصل الثالث: الربحية في البنوك التجارية

62.....	3.1 مقدمة
62	3.2 مفهوم الربحية
63	3.3 أهمية الأرباح للبنوك التجارية
	3.4 العوامل المؤثرة في الربحية
64.....	
	3.5 طرق قياس الربحية في البنوك
67.....	التجارية
	الفصل الرابع: اختبار فرضيات الدراسة ومناقشة
	النتائج
71.....	
	الفصل الخامس : الاستنتاجات والتوصيات
78.....	
	أولاً: الاستنتاجات
	79
80.....	ثانياً: التوصيات
81.....	قائمة المراجع
باللغة	ملخص
	الدراسة
86.....	الانجليزية
الدراسة	ملحق
89.....	

قائمة مصطلحات الدراسة

المصطلح	الاختصار
صافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية Net Income from Credit Card	NICC
عدد البطاقات الائتمانية الالكترونية Number Of Credit Card	NOCC
النفقات التشغيلية للبطاقات الائتمانية Operation Expenses Of Credit Card	OECC
حجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية Investment Of Credit Card	IOCC
معدل العائد على حقوق الملكية Return on Equity	ROE
بطاقات الائتمان الالكترونية Electronic Credit Card	ECC
عدد بطاقات الائتمان الالكترونية Number of Electronic Credit Cards	NECC
انواع بطاقات الائتمان الالكترونية Type of Electronic Credit Card	TECC
الربحية Profitability	PR
العائد على الأصول Return on Assets	ROA
Equity multiplier	EM
وحدة نقاط البيع Point Of Sales	P.O.S

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول
7.....	جدول (1/1) البنوك التجارية العاملة في الأردن
56.....	جدول (1/2) عدد البطاقات الائتمانية في البنوك عينة الدراسة
57.....	جدول (2/2) حجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية في البنوك عينة الدراسة
57.....	جدول (3/2) النفقات التشغيلية المخصصة للبطاقات الائتمانية للبنوك عينة الدراسة
58.....	جدول (4/2) الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية للبنوك عينة الدراسة
59.....	جدول (5/2) بيانات البنوك التجارية عينة الدراسة المتعلقة بالبطاقات الائتمانية الإلكترونية
67.....	جدول (1/3) معدل العائد على الاستثمار في البنوك التجارية عينة الدراسة
68.....	جدول (2/3) معدل العائد على حق الملكية في البنوك التجارية عينة الدراسة

فهرس الملاحق

ق	الملح	ة
الصفحة		

ملحق (1) العائد على الاستثمار للبنوك التجارية العاملة في الأردن	91	
ملحق (2) العائد على حق الملكية للبنوك التجارية العاملة في الأردن	91	
ملحق (3) عدد البطاقات الائتمانية للبنوك عينة الدراسة للبنوك عينة الدراسة	92	
ملحق (4) حجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية للبنوك عينة الدراسة	93	
ملحق (4) النفقات التشغيلية المخصصة للبطاقات الائتمانية للبنوك عينة الدراسة	93	
ملحق (5) الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية للبنوك عينة الدراسة	94	
ملحق (5) بيانات البنوك التجارية عينة الدراسة المتعلقة بالبطاقات الائتمانية الالكترونية	94	

فهرس الأشكال

شكل	الصفحة
-----	--------

- شكل (1-2) أنواع البطاقات الائتمانية من حيث الجهة المصدرة لها . 30
- شكل (2-2) أطراف البطاقة الائتمانية الالكترونية والعلاقة بينهم 45

الملخص باللغة العربية

استخدام بطاقات الائتمان الإلكترونية وأثرها في ربحية المصرف :نموذج معدل العائد على حق الملكية "دراسة تطبيقية"

إعداد

محمود عقيل المحسن

إشراف الدكتور

سليمان الحوري

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام بطاقات الائتمان الإلكترونية، المتمثلة في عدد إصدار بطاقات الائتمان الإلكترونية، وحجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية، وحجم النفقات التشغيلية المخصصة للبطاقات الائتمانية وبيان أثرها في صافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية ومن ثم بيان أثر صافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية في ربحية المصرف وذلك عن طرق استخدام نموذج معدل العائد على حق الملكية.

وقد أجريت هذه الدراسة على عينة من البنوك التجارية العاملة في الأردن، و تم جمع المعلومات بالرجوع للتقارير السنوية الصادرة عن البنوك عينة الدراسة، وبالرجوع لإدارات الائتمان في هذه البنوك، ولتحليل بيانات الدراسة واختبار فرضياتها تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وتم استخدام معادلة الانحدار البسيط للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

و توصلت الدراسة إلى وجود أثر بين عدد البطاقات الائتمانية، و صافي الربح الناتج عن البطاقات الائتمانية، كما توصلت إلى وجود أثر بين حجم الاستثمار، و الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية، ووجود أثر أيضا بين النفقات التشغيلية للبطاقات الائتمانية و الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية

، كما توصلت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي بين الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية ، والعائد على حقوق الملكية .

وتوصي الدراسة بضرورة قيام المصارف التجارية العاملة في الأردن بزيادة إصدار عدد البطاقات الائتمانية بكافة أنواعها، كما أن على المصارف التجارية العاملة في الأردن زيادة حجم الاستثمار وحجم النفقات التشغيلية المخصصة للبطاقات الائتمانية حتى يتم زيادة قدرة الاستثمار في تلك البطاقات .

الفصل الأول الإطار العام للدراسة

1.1.1 المقدمة

شهدت العقود السابقة تطوراً كبيراً جراء التطور السريع في عالم التكنولوجيا والاتصالات، مما أدى إلى ظهور الوسائل الإلكترونية واستخدامها في كافة المجالات، حتى أصبحت وسائل لا يمكن الاستغناء عنها لكل فرد في المجتمع الحديث، وفرضت نفسها على نطاق واسع، فأصبحت كثير من الإجراءات التعاقدية تتم من خلال الأنظمة الإلكترونية المحوسبة بوصفها البديل العصري للتعاقد بدل المراسلة والبرقيات العادية؛ وذلك لاتسامها بالسرعة والدقة في إجراء العقود، وسهولة إثباتها بالطرق الإلكترونية. ولقد كان من نتاج هذا التقدم في مجال التكنولوجيا وتكنولوجيا الاتصالات ظهور البطاقات الائتمانية الإلكترونية⁽¹⁾.

بناءً على ما تقدم أصبحت بطاقات الائتمان ذات المزايا الكثيرة في هذا العصر من أقوى المنافسين للنقود السائلة في كافة المعاملات الشرائية، وبذلك أصبح ابتكار البطاقة رأس الحربة التي سوف تقتل النقود السائلة⁽²⁾.

وبما أن المصارف جزءاً من البيئة العالمية، فلا بُد من أن المصارف التجارية العاملة في الأردن قد تأثرت بهذا التقدم التكنولوجي في عالم الاتصالات، مما يستوجب على هذه المصارف العمل على التكيف والتأقلم مع هذه التحولات والمتغيرات المتسارعة في ظل عالم المنافسة حتى تضمن بقائها.

لذا جاءت هذه الدراسة لبحث أثر استخدام البطاقات الائتمانية الإلكترونية في ربحية المصارف التجارية العاملة في الأردن، باستخدام نموذج معدل العائد على حق الملكية.

1- علي محمد أبو العز، التجارة الإلكترونية، دار النفائس، عمان، الأردن، 2008. ص 233 .

2- مروه كامل مصطفى، اتجاهات الإداريين في الجامعات الخاصة في الأردن نحو خدمة استخدام بطاقات الائتمان، مجلة اتحاد الجامعات العربية، مجلد 2، عدد 40، ص 300-323، 2000م.

1.1.2 أهمية الدراسة

تأتي أهمية الدراسة من كونها تناولت موضوع على قدر كبير من الأهمية، فهي تحاول الربط ما بين البطاقات الائتمانية الإلكترونية، و الربحية للمصارف التجارية، هذا وأن زيادة مبيعات البطاقات الائتمانية لها أثر في زيادة الدخل الناتج عن تلك البطاقات التي بالضرورة يؤدي الى العائد على حقوق الملكية .

ومن خلال مراجعة الدراسات السابقة تبين للباحث قلة الدراسات العربية التي عُنيت في هذا الموضوع، لذلك حاولت هذه الدراسة أن تسهم بشكل جلي في استكشاف أثر بطاقات الائتمان الإلكترونية في الربحية للمصارف التجارية العاملة في الأردن، لا سيما وأن القطاع المصرفي يمتاز بتقدمه السريع نظراً للتقدم التكنولوجي وعولمة المعلومات الحالية، مما يؤدي إلى قيام المصارف في بحث مستمر عن الطرق التي تتميز بها عن مثيلاتها في هذا القطاع. ونظراً لقلة الدراسات ذات الصلة بهذا الموضوع في الأردن، فإنها سوف تقدم المساعدة لباحثين آخرين لتناول الموضوع ودراسته من أبعاد أخرى.

1.1.3 مشكلة الدراسة

في ظل تطور تكنولوجيا المعلومات في الحقل المالي، وخصوصاً في قطاع المصارف، إزدادت حدة المنافسة بين المصارف التجارية، مما حدا بهذه المصارف التجارية إلى البحث عن المزيد من العوامل التي قد تساعدها في زيادة الربحية، وحتى تتميز عن منافسيها في نفس الصناعة، وكان من بين هذه العوامل أن ظهرت بطاقات الائتمان الإلكترونية والمستخدمه حالياً على نطاق واسع في المصارف التجارية، وإلبراز مشكلة الدراسة بصورة واضحة،

فإن هذه الدراسة تقيس أثر استخدام بطاقات الائتمان الإلكترونية في الربحية المصارف التجارية العاملة في الأردن . باستخدام نموذج معدل العائد على حقوق الملكية .

ويمكن تلخيص مشكلة الدراسة في الإجابة عن الأسئلة الآتية:

1. ما أثر عدد البطاقات الائتمانية الإلكترونية في صافي الدخل الناتج عن البطاقات في المصارف التجارية العاملة في الأردن؟
2. ما أثر الاستثمار في البطاقات الائتمانية الإلكترونية في صافي الدخل الناتج عن البطاقات في المصارف التجارية العاملة في الأردن؟
3. ما أثر النفقات التشغيلية المخصصة للبطاقات الائتمانية في صافي الدخل الناتج عن البطاقات في المصارف التجارية العاملة في الأردن؟
4. ما أثر صافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية في الربحية (معدل العائد على حقوق الملكية) في المصارف التجارية العاملة في الأردن؟

1.1.4 أهداف الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى ما يأتي:

1. أثر عدد البطاقات الائتمانية الإلكترونية في صافي الدخل الناتج عن البطاقات في المصارف التجارية العاملة في الأردن.
2. أثر الاستثمار في البطاقات الائتمانية الإلكترونية في صافي الدخل الناتج عن البطاقات في المصارف التجارية العاملة في الأردن.
3. أثر النفقات التشغيلية المخصصة للبطاقات الائتمانية في صافي الدخل الناتج عن البطاقات في المصارف التجارية العاملة في الأردن.
4. أثر صافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية في الربحية (معدل العائد على حقوق الملكية) في المصارف التجارية العاملة في الأردن.

1.1.5 فرضية الدراسة

الفرضية الأولى

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين عدد البطاقات الائتمانية، وصافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية. وتهدف هذه الفرضية إلى اختبار هذا الأثر

إحصائياً بين عدد البطاقات الائتمانية، والدخل الناتج عن البطاقات وذلك وفقاً للنموذج الرياضي الآتي:

$$NI = \alpha + \beta_1 NC_i + e$$

حيث إن:

Net Income from Credit Card: NI صافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية.

Number Of Credit Card : NC عدد البطاقات الائتمانية.

e : تمثل الخطأ العشوائي.

الفرضية الثانية

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين النفقات التشغيلية المخصصة للبطاقات الائتمانية، و الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية ، وتهدف هذه الفرضية إلى اختبار الأثر إحصائياً بين النفقات التشغيلية وصافي الدخل الناتج عن البطاقات . وذلك وفقاً للنموذج الرياضي الآتي :

$$NI = \alpha + \beta_1 OE_i + e$$

حيث إن:

Net Income from Credit Card : NI صافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية.

Operation Expenses Of Credit Card : OE النفقات التشغيلية .

e : تمثل الخطأ العشوائي.

الفرضية الثالثة

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين حجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية، و الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية، وتهدف هذه الفرضية إلى اختبار الأثر إحصائياً بين حجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية وصافي الدخل الناتج عن البطاقات، وذلك وفقاً للنموذج الرياضي الآتي:

$$NI = \alpha + \beta_1 IC_i + e$$

حيث أن:

NI : Net Income from Credit Card صافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية.

IC : Investment Of Credit Card حجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية .

e : تمثل الخطأ العشوائي

الفرضية الرابعة

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين صافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية، والربحية ممثلة بالعائد على حق الملكية (ROE)، وتهدف هذه الفرضية إلى اختبار الأثر إحصائياً بين صافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية، والربحية ممثلة بالعائد على حق الملكية وذلك وفقاً للنموذج الرياضي الآتي :

$$ROE = \alpha + \beta_1 NI_i + e$$

حيث إن:

ROE : معدل العائد على حقوق الملكية. Return on Equity.

NI : صافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية Net income from credit card.

e : تمثل الخطأ العشوائي.

1.2 منهجية الدراسة

1.2.1 أسلوب الدراسة

لقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهجين الوصفي والتحليلي لقياس البيانات وعرضها وتحليلها وتقييمها وتفسيرها، وتم الاعتماد أيضاً بشكل أساسي على البيانات الصادرة عن سوق عمان المالي، والبيانات الصادرة عن البنوك التجارية عينة الدراسة، وتم استخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط، لاختبار فرضيات الدراسة .

1.2.2 مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من البنوك التجارية العاملة في الأردن المدرجة في سوق عمان المالي للفترة الزمنية (2002-2007 م)، وقد تمثلت عينة الدراسة في البنوك التجارية العاملة في الأردن، التي تعمل على إصدار البطاقات الائتمانية، وتتوافر لديها البيانات المالية لاحتساب قيم متغيرات الدراسة للفترة الزمنية 2002-2007، وتم استثناء البنوك التجارية التي كانت فترة إصدارها للبطاقات الائتمانية بعد عام 2002 م.

والجدول (1/1) يوضح مجتمع الدراسة:

الجدول (1/1)

البنوك التجارية العاملة في الأردن

البنوك التجارية الأردنية	البنوك التجارية غير الأردنية
البنك العربي	بنك HSBC الشرق الأوسط
البنك الأهلي الأردني	البنك العقاري المصري العربي
بنك الأردن	مصرف الرافدين
بنك القاهرة عمان	CITY BANK
بنك الإسكان للتجارة والتمويل	بنك Standard Chartered

بنك الكويت الوطني	البنك الأردني الكويتي
بنك عودة	البنك التجاري الأردني
بنك لبنان والمهجر	بنك الاستثمار العربي الأردني
	بنك المؤسسة العربية المصرفية(الأردن)
	البنك الأردني للاستثمار والتمويل
	بنك الاتحاد للادخار والاستثمار
	بنك سوستيه جنرال- الأردن
	بنك الصادرات والتمويل

المصدر: البنك المركزي الأردني 2006

1.2.3 وصف عينة الدراسة

تضمنت عينة الدراسة الخصائص الآتية :-

1- البنوك التجارية العاملة في الأردن المدرجة في سوق عمان المالي للفترة الزمنية 2002-2007، وبذلك تم استثناء البنوك التجارية العاملة في الأردن التي بدأت فترة عملها بعد عام 2002م.

2- البنوك التجارية العاملة في الأردن المدرجة في سوق عمان المالي، التي تعمل على إصدار البطاقات الائتمانية قبل عام 2002م، وبذلك تم استثناء البنوك التجارية التي لا تصدر البطاقات الائتمانية والتي كان إصدارها للبطاقات الائتمانية بعد عام 2002م. وتتضمن عينة الدراسة أربعة بنوك تجارية عاملة في الأردن وهي:

1- بنك الإسكان للتجارة والتمويل.

2- بنك القاهرة عمان .

3- بنك المؤسسة العربية المصرفية.

4- البنك التجاري الأردني.

حيث استجابت هذه البنوك للدراسة، بإعطاء البيانات اللازمة للدراسة، بينما اعتذرت بقية بنوك مجتمع الدراسة عن الاستجابة لهذه الدراسة بسبب السرية لهذه المعلومات.

1.2.4 مصادر البحث

- المصادر الثانوية: ومن خلال الرجوع للكتب والمجلات العلمية المتخصصة في مجال البطاقات الائتمانية الالكترونية، والمقالات، والإحصائيات، والرسائل الجامعية، وشبكة الإنترنت، وذلك لوضع الإطار النظري لهذه الدراسة.

- المصادر الأولية : عن طريق جمع البيانات ذات العلاقة بموضوع الدراسة من خلال الرجوع إلى التقارير السنوية الصادرة عن البنوك عينة الدراسة للفترة الواقعة بين عامي (2002-2007) (البيانات الكمية) وتم الرجوع إلى رؤساء أقسام بطاقات الائتمان في البنوك التجارية عينة الدراسة؛ لأخذ البيانات غير المتوافرة في التقارير السنوية .

1.2.5 محددات الدراسة

تم دراسة أثر استخدام البطاقات الائتمانية الإلكترونية في ربحية المصرف للفترة الواقعة بين عامي (2002-2007)، وتم دراسة المصارف (عينة الدراسة) التجارية العاملة في الأردن. وتقتصر هذه الدراسة على البنوك التي تصدر البطاقات الائتمانية الإلكترونية.

1.2.6 التعريفات الإجرائية (متغيرات الدراسة):

- البطاقات الائتمانية الإلكترونية (ECC): هي البطاقات التي تعطي لحاملها القدرة على الحصول على السلع والخدمات في أي وقت، بحيث يتمكن من سداد البنك في وقت متأخر. وإذا لم يستطيع حامل البطاقة تسديد قيمة القرض كاملاً في هذا الشهر، فإنه يسمح له بتدوير جزء أو كل المبلغ المقترض إلى الشهر التالي على أن يترتب على هذه العملية قيد فائدة تضاف إلى الرصيد المدين.

- عدد البطاقات الائتمانية الإلكترونية (NECC): عدد البطاقات الائتمانية التي يصدرها البنك خلال فترة زمنية معينة .

- أنواع البطاقات الائتمانية الإلكترونية (TECC): هي الأنواع المختلفة للبطاقات الائتمانية التي يصدرها البنك، وتشمل بطاقات فيزا كارد وبطاقات ماستر كارد.

- المصاريف التشغيلية المخصصة للبطاقات الائتمانية الإلكترونية (OECC): حجم المصاريف المخصصة لإصدار البطاقات الائتمانية الإلكترونية خلال فترة زمنية محددة.

- حجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية الإلكترونية (IOCC) : هو تخصيص جزء من موارد البنك المالية في مجال البطاقات الائتمانية الإلكترونية بحيث يؤدي إلى تعظيم العائد من هذا المورد.

- الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية الإلكترونية (NICC) : هو مجموع الأرباح الناتجة عن البطاقات الائتمانية الإلكترونية بعد خصم قيمة الضرائب منها.

- الربحية (PR): هو استخدام المؤشرات المالية، لقياس مدى إنجاز وتحقيق المصرف لأهدافه المالية الموضوعة خلال فترة زمنية محددة.

وبالرجوع إلى الدراسات السابقة، تم اختيار مقياس ربحية المصرف

الآتي:-

- معدل العائد على حق الملكية (ROE):- وتقاس بالمعادلة الآتية:-⁽¹⁾

$$ROE = \frac{\text{Net Income}}{\text{Average Total Assets}} \times \frac{\text{Average Total Assets}}{\text{Average Total Equity}}$$

$$ROE = ROA \times EM^{(2)}$$

1.2.7 الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:

اختبرت فرضيات الدراسة على البنوك التجارية العاملة في الأردن المدرجة في سوق عمان المالي للفترة الزمنية الواقعة بين عامي 2002-2007م ، باستخدام تحليل الانحدار البسيط، وتحليل الانحدار المتعدد، لاختبار أثر البطاقات الائتمانية الإلكترونية في ربحية المصرف، الذي يبين القدرة التفسيرية للمتغير المستقل في حركة المتغير التابع. وذلك باستخدام السلاسل الزمنية (Time series) .

1-Timothy .w. Koch. Scott . Mac Donald. **Bank Management** . The Dryden. Press .

2000. p 114.

2-وهي تمثل Equity multiplier

1.3 الدراسات السابقة

هناك العديد من الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع قيد البحث ، إحدى هذه الدراسات .

- دراسة : مروه كامل (2002) وهي بعنوان: " اتجاهات الإداريين في الجامعات الخاصة في الأردن نحو خدمة استخدام بطاقات الائتمان ⁽¹⁾ " وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى وجهة نظر الإداريين العاملين في الجامعات الخاصة في الأردن حول تقييم خدمة بطاقات الائتمان، وأثر كل من العمر، وعدد بطاقات الائتمان التي يمتلكها الإداري، وفترة اقتناء البطاقة، والجنس، والنوع في وجهة النظر، حيث تألفت العينة من (140) من الإداريين الذين يعملون في الجامعات الخاصة. وتكونت أداة الدراسة من جزأين :

الجزء الأول: تعرض معلومات عن الإداري. أما الجزء الثاني، فقد تكون من (30) فقرة، تبين وجهة النظر في استخدام بطاقات الائتمان.

وقد توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية من وجهة نظر الإداريين العاملين في الجامعات الخاصة حول تقييم بطاقات الائتمان تعزى لجميع المتغيرات المستخدمة.

- دراسة : أمل الشيخ (1998) وهي بعنوان: " الخصائص الديمغرافية والنفسية للمبتكرين الأوائل من حملة بطاقات الائتمان في الأردن ⁽²⁾ "

لقد أشارت نتائج هذه الدراسة إلى أن الأفراد ذوي المستويات التعليمية العالية هم أكثر ميلاً للابتكار من غيرهم حيث أن ارتفاع المستوى التعليمي له الأثر الأكبر في توسيع مدارك المستهلك، وفتح الآفاق أمامه، لارتقاء مراكز وظيفية مميزة، وبالتالي التمتع بدخل مرتفع، والدخل المرتفع يقلل من مخاطرة الإنفاق دون حساب لما أنفقه وبالتالي يقبل ذوو الدخل المرتفعة إلى استخدام بطاقات الائتمان أكثر من غيرهم .

1- مروه كامل، مرجع سابق، ص 300.

2- أمل مفيد الشيخ، الخصائص الديمغرافية والنفسية للمبتكرين الأوائل من حملة بطاقات الائتمان في الأردن ، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، 1998.

ومن الدراسات الاجنبية التي تناولت البطاقات الائتمانية دراسة (2007) William Lang .et al بعنوان: " أثر المنافسة في نموذج بارل 2 على بطاقات الائتمان الاقراضية في البنوك الأمريكية (1)"

قامت الدراسة بتحليل تأثير القدرة التنافسية على بطاقات الإقراض الائتمانية، وخلصت هذه الدراسة إلى أن البنوك المصدرة لهذه البطاقة تحت نظام (Basel II) سوف تواجه أقل تنظيماً من (Basel I) مع وجود اختلافات عدة في الطرق في الحصول على نسبة أعلى من المبيعات، ومن خلال الشروط الاقتصادية الطبيعية، وهذا ليس من المحتمل أن يكون له تأثير تنافسي. ومن خلال الفترة الأساسية في ربحية البطاقات الائتمانية لدى بنوك (Basel II) سوف تواجه ظروف تنافسية تتعلق بـ (Base I) والمؤسسات المصدرة للبطاقة.

- دراسة (1986) Hani AL-Dmour بعنوان: " ما هو مجال بطاقات الائتمان في البنوك الأردنية (2) "

هدفت هذه الدراسة إلى قياس الوعي العام، وإمكانية البنوك في تقديم خدمات البطاقات الائتمانية، والبحث في قبول البطاقات الائتمانية البنكية من خلال أنواع عدة مختلفة من البطاقات في الأردن وكيفية قيام البنوك في الأردن بدعم لبطاقات الائتمانية.

وخلصت الدراسة إلى أن قيادة البنك يجب أن تكون أكثر كفاءة في استخدام الاستراتيجيات التسويقية من أجل ترويج البطاقات الائتمانية .

- دراسة (2000) Efrain & Joseph بعنوان: " البطاقات الذكية أساس أنظمة بطاقات الدفع الإلكترونية في قطاع النقل (1) "

1-William.w.lang.Loretta, J, Mester, Tood, A.vermilyea," Competitive Effects of Basal II on US Bank Credit Card Lending", **Journal of Financial Intermediation** .Vol 3. Iss8.pp 478-508.2007.

2- Hani AL- Dmour , **What is The Scope For the Bank Credit Card in Jordan**,MBA ,Dissertation, University of Edinburgh.1986.

بينت هذه الدراسة أن كل خدمة أو منتج يباع سوف يتم دفع قيمته عن طريق الإنترنت أو الشبكات الأخرى، وأن من هذه الطرق هي الدفع النقدي أو عن طريق الشيكات البنكية أو بطاقات الائتمان، أو البطاقات الدائنة Debit card ، وربما تكون هذه الطرق غير فعّالة أو غير كفؤة. وفي هذه الدراسة ظهر أن أنظمة بطاقات الدفع الإلكترونية تكون أكثر استحواداً وهناك حاجات عدة يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار عند دراسة خيارات أنظمة الدفع الإلكترونية، مثل: الحاجات، والمنافع للمستهلكين، وتكلفة العمليات، والتطوير، والفوائد المالية للمنظمة والاستمرارية في التغيير التكنولوجي والأمن من وراء هذه البطاقات، ومعايير أنظمة الدفع، وتوقعات العملاء، وارتياحهم للتكنولوجيا الجديدة .

- دراسة (2004) David Humphrey بعنوان: " استبدال النقود ببطاقات من قبل المستهلكين في الولايات المتحدة الأمريكية"⁽²⁾ "

خلصت هذه الدراسة إلى أن البطاقات الإلكترونية حلّت محل الدفع النقدي، وأظهرت الدراسة بأن عملية الدفع النقدي قد أصبحت معدومة خلال السنوات الماضية في الولايات المتحدة، وأن العمليات النقدية "Cash" قد استخدمت لأكثر من (25) سنة ماضية، وأن النسبة النقدية أخذت بالهبوط بنسبة الثلث من (0.31) في عام 1974 إلى (0.20) في عام 2000 .

كما استعرضت هذه الدراسة إحلال الشيكات بدل من الدفع النقدي في عام (1970)، وإحلال البطاقات الائتمانية بدل من الشيكات في عام (1980) و بدل من الدفع النقدي والشيكات في عام (1990) لذلك الدفع النقدي لن يصل إلى مرحلة الانعدامية الصفرية عما قريب.

- دراسة (1994) Nejd et & Herbert بعنوان: " حياة بطاقات الائتمان واستخدام أنظمة دفع مختلفة."⁽³⁾

3-Efrain Turban& Joseph Brahm, Smart Card-Based Electronic Card payment Systems in The Transportation Industry, **Journal of Organization Computing and Electronic Commerce** ,Vol 10, Iss4 ,2000. PP.281-293.

1- David .B. Humphrey, Replacement of Cash By Cards in Us Consumer Payment, **Journal Of Economic And Business**. Vol 56.Iss3. 2004. pp211-225.

هدفت هذه الدراسة إلى قياس مدى حيازة بطاقات الائتمان، وأنظمة الدفع الأخرى، وطرق استخدامها من قبل المستهلكين من الأصول الآسيوية والإسبانية .

وقد توصلت إلى أن استخدام الشيكات هو السائد بين المستهلكين من الأصول الآسيوية والإسبانية، وأن القبول المتزايد لبطاقات الائتمان من هذا الفئة من المستهلكين يعد مؤشراً للنمو المستقبلي لأعمال الدفع العام .

- دراسة : (2008) Suk & Yong : "تقدير قيمة المنفعة لمستخدمي البطاقات الائتمانية (1)"

أظهرت هذه الدراسة أن زيادة إصدار بطاقات الائتمان يؤدي إلى زيادة الجنوح ببطاقة الائتمان والتي أصبحت عبئاً على شركات بطاقات الائتمان وفي مثل هذا الموقف السلبي يجب على الشركات أن تتبنى وتستخدم نماذج لتقدير تعظيم الربح العائد من بطاقات الائتمان ، ولكن تصنيف النماذج التقليدية كان يستخدم لتصنيف المستهلكين إلى مجموعات سلبية أو مجموعات ايجابية بناءً على تقدير الأرباح من بطاقة الائتمان، لذلك تقترح هذه الدراسة نموذجين لتقدير المنفعة الفردية من بطاقات الائتمان ، بعد أن تبين من نتائج هذه الدراسة أن أفضل نموذج للتصنيف هو النموذج الذي لا يؤدي بالضرورة إلى أفضل منفعة فردية ، وتم بيان النموذج الذي يمكن أن يستخدم لتقدير قيمة المنفعة الفردية العائدة من بطاقات الائتمان ، وهذه النماذج من المتوقع أن تعطي أكثر قيمة إلى شركات بطاقات الائتمان من نماذج التصنيف التقليدية .

- دراسة : (2008) Cheng & Che بعنوان: "مقارنة تقنية البيانات للتأكد من دقة احتمال حدوث تقصير من زبائن بطاقات الائتمان (2)"

2- Nejdet .D.& Herbert, S, K, ,Credit Card Possession And Other Payment Systems use Patterns Among Asian And Hispanic ,**international journal of bank Marketing**, Vol 12.Iss 4, 1994, pp53-70.

3- Suk- Hoon Chung , Yong Moon Suh " Estimating the Utility value of individuals credit card delinquent" **Journal Expert system with application** ,Vol 36 ,Iss 2 .2008 . PP 3975-3981.

1- Cheng Yeh ,Che -Hui line "The Comparisons of data Mining Techniques for the predictive accuracy of probability of default of credit card clients" **Journal Expert system with application**, Vol 36 ,Iss 2 .2008 . pp2473- 2480.

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة حالة تقصير العملاء في عمليات الدفع في تايوان ، مقارنة دقة هذا التنبؤ من احتمال حدوث تقصير من بين ستة أساليب لاستخراج البيانات ، ومن منظور إدراج المخاطر ، فإن نتيجة دقة التنبؤ المقدر للاحتمال التقصير سيكون أكثر دقة من نتيجة التصنيف الثنائي – العملاء الموثوق بهم أو غير موثوق بهم – لأن احتمالية حدوث التقصير غير معروفة ، لذلك من بين ستة طرق تقنية لاستخراج البيانات ، تعتبر الشيكات هي الوحيدة التي يتم تقديرها بدقة.

- دراسة (2008) Alejandro Pone-Rodriguez بعنوان: " سلوك المستهلكين وسلوك المنظمات في سوق البطاقات الائتمانية (1) "

لقد تناولت هذه الدراسة ما يتعلق بسلوك المستهلكين وسلوك المنظمات في سوق البطاقات الائتمانية. حيث تناولت الدراسة معدل الطلب في سوق البطاقات الائتمانية (دراسة حالة في المكسيك)، وقد استخدم الباحث العينة العشوائية في تطبيق التجارب لاختبار سبب الاستجابة للبطاقات الائتمانية المؤقتة.

ووجدت الدراسة أن هناك تزايداً من قبل المستهلكين عندما يحصلون على معدل الطلب مدة ثلاثة أشهر. ويعتبر عدم الرضى من قبل المستهلكين، والتحيز في التفضيل من التفسيرات المقبولة لهذت التزايد ، وكان من نتائج هذه الدراسة:

1. حجم الطلب يؤثر في الربحية في البنوك .

2. ارتفاع مجموع ديون الأفراد عندما يحصلون على كمية الطلب .

كما حاولت الدراسة الإجابة على السؤال الآتي: هل يفترض المستهلكين في البطاقات الائتمانية أن تكون رخيصة الثمن؟ ووجدت أن الاختلاف في نسبة الفائدة بين البطاقات المتجانسة ليس مهماً في تحديد المخصصات، وأن حملة البطاقات قد تنازلوا عن الاحتفاظ بمبلغ من المال

2- Alejandro Pone-Rodriguez. **Consumer and firm behavior in the credit card market.** "Thesis and Dissertation. University of Stanford. 2008.

بنسبة (16%)، ووجد أن المستهلكين يميلون إلى الاستغناء عن جزء كبير من المدفوعات الشهرية والشراء عن طريق البطاقات في أوقات لاحقة . وأشارت النتائج إلى أنه يجب أن يسود سعر الفائدة السوق، كما تقترح الاستنتاجات أن التعليم المالي يجب أن يعزز المنافسة في سوق بطاقات الائتمان.

- دراسة : (Scholnick Barry, et al 2007) بعنوان: "اقتصاديات البطاقات الائتمانية، وبطاقات السحب الآلي، وبطاقات الصراف الآلية"⁽¹⁾ خلصت هذه الدراسة إلى البحث في اقتصاديات البطاقات الائتمانية، وبطاقات السداد وبطاقات السحب الآلية . وقد حاولت هذه الدراسة عرض للبطاقات الائتمانية، وبطاقات السداد (Debit Cards) وبطاقات السحب الآلية. وقد حاولت الإجابة عن أسئلة وقضايا حول السعر ، ووجدت أنه أصبح لدى المستهلكين عدد كبير من الأنواع المختلفة من بطاقات الدفع الالكترونية، مثل: البطاقات الائتمانية، وبطاقات السداد، وبطاقات السحب الآلية. وقد حاولت الدراسة الإجابة عن كثير من التساؤلات فيما يتعلق بالسعر والاستخدام لهذه البطاقات، و سعت هذه الدراسة إلى إمكانية إحلال البطاقات الإلكترونية بدل من طرق الدفع التقليدية .

وتوصلت الدراسة إلى أنه قد تم إحلال العمليات الالكترونية المتمثلة في بطاقات السداد، وبطاقات السحب الآلية، وأن بطاقات السحب لها أهمية كبيرة في حجم المبيعات .

- دراسة : Saihong Jiang (2007) بعنوان: "بطاقات الائتمان الدولية والدفع، والقابضة، والاقراضية"⁽²⁾

تناولت هذه الدراسة الانتشار الواسع لاستخدام بطاقات الائتمان، وكان تحدياً في أسلوب الحياة التقليدية. كنتيجة لعدم التأكد البيئي في الأسواق المالية في الولايات المتحدة ، وهذه الدراسة التطبيقية تتحقق من

1- Barry .S .Nadia .M. Anthony .S, The Economic of Credit Card. Debit Cards and ATMs, **Journal of Banking and Finance** .Vol 5.Iss 1. 2007. PP 1468-1483.

2-Saihong Jiang .M .A. "AN International of Credit Card Holding, Borrowing, and Payoff" Thesis and Dissertation .the Ohio State University 2007.

إصدارين لبطاقات الائتمان: الاقتراض أو الدفع ، وتعديل أثرها ، وتحديد خيارات المستهلكين المتعلقة بالاقتراض والسحب والدفع لبطاقات الائتمان .
وتفترح نتائج هذه الدراسة أن إقتراض المستهلكين الشباب من الشعب الأمريكي كان أكثر بطئاً، وإعادة سدادهم منخفضة من خلال بطاقات الائتمان، من كبار السن.

وإذا كان الاقتراض الحالي وإعادة السداد ثابتة، فإن أساس بناء البطاقات الائتمانية في فترة متأخرة من الحياة يمكن أن يكون مخاطره مالية، وسبباً في عدم الثبات في سوق البطاقات الائتمانية، ولصنع سياسة التأثير والتشريعات بالنسبة للوضع المالي للمستهلك. فمن الضروري استيعاب محددات سلوك المستهلك في عمليات الاقتراض وعمليات السحب .

وبحثت هذه الدراسة في العوامل المختلفة المتضمنة بالائتمان المرتبط بالمتغيرات والاقتصاد المتغير في تحديد السلوك المنزلي المرتبط باستخدام بطاقات الائتمان، خصوصاً في تحليل التركيز على ثلاثة خيارات للمستهلكين، هي :

1- ملكية البطاقات الائتمانية.

2- الاقتراض عن طريق بطاقات الائتمان.

3- تحديد مستوى نسبة مدفوعات بطاقات الائتمان.

- دراسة (2006) Rebecca Olympia Millan بعنوان: " بطاقات الائتمان ،طبقة جديدة أو ثقافة جديدة"⁽¹⁾ "

في هذه الدراسة تم تناول اختبار المواقف الحالية لبطاقات الائتمان على طلبة الكليات في كليتين في منطقة " LOWER RIO GRANDE VALLEY" في مدينة تكساس في الولايات المتحدة الأمريكية، وتم البحث على أساس ما إذا كان استخدام بطاقات الائتمان لها الأثر في ظهور الطبقة الجديدة، أو ظهور ثقافة جديدة. ولتوضيح هذه المواقف، فإن الطلبة الذين

1- Rebecca Olymia Millan" **Credit card Debt: A NEW Class or A NEW CLLTURE** "Thesis and Dissertation .University of Texas –Pan American 2006.

يستخدمون البطاقات الائتمانية سوف يظهرون من خلال ثلاث مناطق رئيسية، كنتيجة للرواتب المعيشية الحالية، وظهور فلسفة الدفع الحالي، الأمان لاحقاً، والرغبة في الحصول على حلقة وصل للوصل بين الثقافات المختلفة.

- دراسة (1994) Ali Kara et al بعنوان: " استراتيجيات تطوير بطاقات الائتمان لاستخدامها في تحليل سوق الشباب (1) "

هدفت الدراسة إلى البحث في استراتيجيات تطوير بطاقات الائتمان لسوق الشباب باستخدام التحليل المشترك، حيث تبين أن التزايد السنوي الكبير في أعداد الطلبة المستجدين في الجامعات ودخلهم السنوي التقديري يعد سوقاً كبيرة لبطاقات الائتمان .

وتشير نتائج الدراسة إلى أن معدل الفائدة وطريقة الدفع هما من أهم العناصر بالنسبة للطلبة، وعليه يتوجب على التنفيذيين في شركات بطاقات الائتمان عند تطويرهم للخطط التسويقية مراعاة هذه العناصر. كما هدفت الدراسة إلى تحديد العوامل المهمة التي تؤثر في عملية اختيار بطاقة الائتمان من الطلبة .

- دراسة (1990) Bodo & Helen بعنوان: " تحليل المقارنة في أسواق البطاقات الائتمانية. (2) "

سعى الباحث إلى دراسة سوق البطاقة الائتمانية في كل من الولايات المتحدة والمملكة المتحدة بالتركيز على المؤسسات الخيرية ومصدري البطاقات، وحملة البطاقات، حيث أظهرت نتائج هذه الدراسة وجود فروق بسيطة في التعامل مع البطاقة الائتمانية في كل من الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة، ومن التوصيات التي ذكرتها الدراسة أنه يتوجب على المصارف المصدرة لبطاقات الائتمان أن تأخذ بعين الاعتبار حجم المؤسسات الخيرية عند إصدار بطاقات الائتمان.

2- Ali, K, Erdener, K, Orsay, .K, Credit Card Development Strategic For The Youth Market The Use of Cojoint Analysis, **International Journal of Bank Marketing**, Vol 12, Iss 6, 1994.PP30-36.

1- Bodo, B, schlegelmich & Helen, woodruffe, A comparative Analysis of the Affinity Card Market in the USA and UK. **International Journal of Bank Marketing** , Vol,13, .Iss 5.1995.PP.12-23.

وما يميز هذه الدراسة التي قام بها الباحث والتي جاءت بعنوان استخدام بطاقات الائتمان الإلكترونية وأثرها في ربحية المصرف: نموذج معدل العائد على حق الملكية، دراسة تطبيقية على البنوك التجارية العاملة في الأردن ، بالجمع ما بين استخدام بطاقات الائتمان من جهة، وربحية المصرف من جهة أخرى والملاحظ أن الدراسات السابقة لم تجمع بين المتغيرين، فإما أن تكون قد ناقشت استخدامات بطاقات الائتمان ولم يتم التطرق إلى الربحية، ولم تجمع أي من الدراسات السابقة بين المتغيرين، ومن هنا فقد تميزت الدراسة التي يقوم بها الباحث من خلال تناول متغيرات استخدام بطاقات الائتمان، وتقصي أثرها في ربحية المصرف عن طريق استخدام نموذج معدل العائد على حق الملكية.

الفصل الثاني

بطاقات الائتمان الإلكترونية نشأتها وأنواعها ومزاياها ومساوئها

المبحث الأول تعريف بطاقات الائتمان ونشأتها وأنواعها

2.1.1 مقدمة

عرفت الإنسانية المبادلات التجارية منذ القدم، واتخذ هذا التبادل أشكالاً متعددة، منها المقايضة، وذلك لحاجة الأطراف المتبادلة لتلك السلع، وكان ذلك قبل اكتشاف النقود، واستمر هذا الأمر حتى اختلفت حاجات الناس . فكان لا بد من أخذ العوض مكان السلعة . وأصبحت النقود هي العوض المتداول بين الناس .

وقد عرفت النقود منذ أمد بعيد، ومرت بمراحل مختلفة ، مروراً بالنقود المصنوعة من الذهب والفضة والبرونز والنحاس والحديد وصولاً إلى ما هي عليه الحال اليوم من النقود الورقية⁽¹⁾.

ونظراً لحرص الناس على أموالهم، وخوفهم عليها في أثناء انتقالهم من مكان لآخر ، ظهرت الحاجة لوجود أماكن تودع فيها هذه النقود لأصحابها، فكانت البنوك والمؤسسات المصرفية بأنواعها المختلفة، وكانت هذه بدورها تحرص على توفير الوسائل كافة لتسهيل معاملات المودعين لديها ، وتوفير أعلى درجات الأمان لهم ولأموالهم. وعندما ظهرت الحاجة إلى الجمع بين سهولة التعامل مع الأموال وحملها، ظهر ما يعرف بسندات الصرف (الشيك Chques).

ومع تسارع حركات البيع والشراء، وحاجة المستهلك لوسائل أكثر سرعة وأماناً، كانت الحاجة إلى وسيلة تسهل على المستهلك الحصول على كامل مشترياته في أي مكان حل فيه، وفي أي وقت شاء، فقامت المؤسسات المصرفية بإصدار ما يعرف ببطاقات الائتمان (Credit Card) التي وفرت لحاملها قدرة الحصول على حاجياته ، حتى وإن لم يكن يحمل المال في ذلك الوقت .

2.1.2 مفهوم البطاقات الإلكترونية

تحظى البطاقات الإلكترونية في المصارف التجارية باهتمام كبير نظراً لأنها أصبحت المحور الرئيسي في جميع المبادلات التجارية و بأشكالها كافة، ونظراً

1- عمر يوسف عبابنه، الدفع بالتفصيل عن طريق البطاقات الائتمانية، دار النفائس ، الأردن، 2008، ص36.

لتعدد النشاطات التجارية وخصوصية البطاقات لكل نشاط، فقد لا يكون هناك تعريف واضح للبطاقات الإلكترونية، ومن هذه التعاريف: " هي بطاقات مدفوعة سلفاً تكون القيمة المالية مخزنة فيها، ويمكن استخدام هذه البطاقات للدفع عبر شبكة الإنترنت وغيره من الشبكات كما يمكن استخدامها للدفع في نقاط البيع التقليدية Point Of Sale –P.O.S" (1).

وتعرف البطاقات الإلكترونية بأنها البطاقات الإلكترونية التي تحمل المعلومات التي يمكن استخدامها لغايات الدفع عند عمليات البيع والشراء (2).

وعلى هذا يمكن تعريف البطاقات الإلكترونية بأنها " بطاقات بلاستيكية ممغنطة إلكترونياً تحمل مجموعة من المعلومات تخص حامل البطاقة، كما تحمل قيمة مالية معينة تمكنه من إجراء العمليات التجارية بأشكالها كافة.

2.1.3 أنواع البطاقات الإلكترونية

يوجد أنواع عدة من البطاقات الإلكترونية بحيث يمكن أجمالها بما يأتي:

- 1- البطاقات الائتمانية (Credit Cards): هي بطاقات تعمل على تزويد مالكيها بالقدرة الشرائية بسقف محدد وثابت من خلال المصرف المصدر لها، حيث يأخذ المصرف المصدر لهذه البطاقة الفائدة السنوية (3).
- 2- بطاقات الدين (Debit Cards): هي بطاقات دفع تستخدم كأداة لإعادة سداد الدين، بحيث يمكن لصاحب البطاقة شراء جميع السلع والخدمات التي يحتاجها، وتؤخذ قيمة المشتريات من حساب العميل عن طريق البنك (4).

وما يميز هذه البطاقة عن غيرها هو استخدامها بشكل واسع ويمكن استخدامها لجميع المحلات التجارية ولمناطق جغرافية كبيرة.

1- منير محمد الجنيهي، ممدوح الجنيهي، النقود الإلكترونية، دار الفكر للنشر، الإسكندرية، 2006، ص10.
 2- Jae. Lee .Efraim Turban.Daivd King, **Electronic Commerce**, Pearson Prentice Hall Dennis.Uiehland 2006.p492.
 3- Ritendra Goel., **E- commerce**, new Age International. New Delhi .2007.p 117.j
 4-George Ritzier , **Explorations in the Sociology of Consumption Credit card , fast - food** , London,2001,p76.

3- بطاقات الصراف الآلية ATM: هي الطريقة الملائمة للحصول على الرصيد الحالي (خلال 24 ساعة /يومية)، والدور الرئيسي لهذه البطاقات هو تسهيل عمليات السحب من الحساب، ولكنها لا تحتوي على عمليات مالية أخرى. وتمتلك هذه البطاقات القدرة على السحب من جميع أجهزة السحب المختلفة التابعة للمصارف المختلفة، ولا يعتبر هذا النوع من البطاقات أداة دين .

4- البطاقات الذكية (Smart Cards) : هي بطاقة ائتمانية تفاعلية تحمل معها استشراقاً لمستقبل البطاقات البلاستيكية، غير أنه على الرغم من توافر التكنولوجيا اللازمة لإصدارها واستعمالها ، فإنها لم تحظ بعد بالإصدار والاستعمال على نطاق واسع ، وتتضمن البطاقة قطعة رقيقة (Micro Ships) وشريط إلكترومغناطيسي قابل للقراءة إلكترونياً (Electronically Reading Magnetic- strip)، وبمقدوره التفاعل مع وحدات الصراف الآلي أو أية آليات أخرى ، ففي كل مرة يتم بها إجراء معاملة يتم تخفيض خط الائتمان المتاح بمقدار المبلغ المتعامل به، وذلك من خلال ذاكرة البطاقة، وعلى أساس ذلك فإنه لا حاجة للحصول على الموافقة المسبقة لمصدر البطاقة⁽¹⁾.

5- بطاقة الحساب أو بطاقة الائتمان العادية (Charge Card) أو بطاقة دفع مؤجل : هي البطاقة التي يتم فيها حسم المبلغ بالكامل آخر كل شهر، ويستفيد العميل بفترة سماح بغض النظر عن تاريخ شراء السلعة أو الخدمة، ودون تسجيل أية فوائد مدينة على حسابه . وعندما يقوم البنك باستخدامها، فإنه يحصل على قرض بصورة آلية مساو لقيمة السلعة أو الخدمة. ويلتزم حاملها طبقاً لشروط الإصدار بتسديد كامل مبلغ الفاتورة خلال فترة غالباً لا تزيد عن (30) يوماً من تاريخ استلامها، وعند المماطلة يقوم المصدر بإلغاء عضوية حامل

1- John Wright, Smart Cards: Legal and Regulatory Challenges, **The bankers Magazine**, vol 3.iss 1 (March, April 1997) pp 24-28.

- البطاقة وسحبها منه ، وملاحقته قضائياً بتسديد ما تعلق بذمته من المبلغ المذكور، ومن أشهرها ((Americana Express. Green Card (1)).
- 6- بطاقة السفر والتسلية (Trade & Entertainment): هي بطاقات إلكترونية تصدر عن طريق شركات متخصصة، مثل: American Express, Diners، حيث يجب على صاحب البطاقة أن يدفع المبلغ كاملاً خلال فترة زمنية محددة من تاريخ الفاتورة. وعادةً لا يتم خصم الفائدة على المبلغ المتأخر في الدفع، إلا إذا كان التأخر مدة زمنية طويلة (2).
- 7- البطاقة المدفوعة مسبقاً (Prepaid Card) : هي بطاقة ابتدائية سبق ظهورها البطاقة الذكية، فهي تقوم على أساس تثبيت مبلغ محدد، بحيث يمكن الدخول في البطاقة بذلك المبلغ، كما ويجري التخفيض التدريجي لمبلغ البطاقة آلياً، كلما تم استعمالها، ومن الأمثلة على هذه البطاقة، بطاقات النداءات الهاتفية (Telephone Calling Cards)، وحديثاً في الأردن أدخلت هذه البطاقة، وتسمى بطاقة آلو وطاقات ركوب الجمهور بوسائل النقل العام الداخلي في المدن .

بناءً على ما تقدم، ونظراً لتعدد البطاقات الإلكترونية ، فإنه تم التركيز في هذه الدراسة على البطاقات الائتمانية الإلكترونية، وذلك لأهميتها من بين جميع البطاقات السابقة، ومن بين وسائل الدفع الإلكترونية. و تم استثناء بطاقات الحساب، والبطاقات المدنية، والبطاقات الذكية، وطاقات الصراف الآلية من هذه الدراسة؛ لأنها ليست موضوع الدراسة .

2.1.4 مفهوم بطاقات الائتمان

- تعريف الائتمان

من المعروف أنه في النشاطات الاقتصادية المختلفة هناك صوراً عديدة يتم فيها تقديم سلعة قبل أن يأخذ الطرف الآخر في المعاملة عوضاً عما قدمه ، كما قد يحتاج شخص إلى تمويل معاملاته أو مشاريعه التجارية فوراً، وليس معه

2- Efraim Turban, David King, **Introduction To E – Commerce**, New Jersey, Prentice Hall, 2003, pp424-425.

2 - أمل الشيخ، ص 11 رجع سابق، ص 11.

نقد حاضر، فيقوم بالحصول على المال اللازم من شخص آخر، إما في صورة قرض أو مشاركة أو مضاربة، ويطلق على جميع هذه الصور مصطلح الائتمان أو المداينة، فما معنى هذا المصطلح ؟

الائتمان لغةً: عند إرجاع الكلمة إلى مصدرها الثلاثي فهي مشتقة من الفعل آمن، وهو من الأمان والأمانة، والأمان الصدق، والطمأنينة والعهد، والحماية، والمأمون به الثقة (1).

وفي الاصطلاح: يعني الائتمان في معناه الواسع في علم الاقتصاد (مبادلة قيمة حاضرة في مقابل

وعد بقيمة آجلة مساوية لها، وغالباً ما تكون هذه القيمة نقوداً) (2).

وعرفه البعض أيضاً بأنه (عملية يرتضي بمقتضاها البنك مقابل فائدة أو عمولة معينة ومحددة أن يمنح عميلاً (فرداً أو شركة أعمال) بناءً على طلبه سواء حالاً أو بعد وقت معين تسهيلات في صورة أموال نقدية، أو أي صورة أخرى، وذلك لتغطية العجز في السيولة، ليتمكن من مواصلة نشاطه المعتاد، أو إقراض العميل لأغراض استثمارية أو تكون في شكل تعهد متمثلة في كفالة البنك للعميل أو تعهد البنك نيابة عن العميل لدى الغير (3).

ومن التعريفات السابقة يمكن القول أن مصطلح الائتمان يعني تمويل جهة ما بإعطائها ما تحتاجه من الأموال حالاً مقابل استيفاء بدله آجلاً، وذلك بعد دراسة واسعة لهذه الجهة (لطالب الائتمان).

- تعريف بطاقة الائتمان (Credit Card)

2- بطرس البستاني، محيط المحيط، مكتبة لبنان، بيروت. ط1 1987، ص17.

1- احمد جامع، النظرية الاقتصادية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1987، ط4، ص64.

2- حمزة محمود الزبيدي، إدارة الائتمان المصرفي والتحليل الائتماني، الوراق للنشر، الأردن، ط1، 2002، ص18.

هناك تعريفات عدة للبطاقة الائتمانية كلها تصب في قالب واحد، وإن اختلفت مصادرها لتشابك العلاقة الناشئة عن نظام البطاقة، ويمكن إجمال هذه التعريفات بالآتي:

لقد عرفها البعض بقوله ((عقد يتعهد بمقتضاه مصدر البطاقة بفتح اعتماد بمبلغ معين لمصلحة شخص آخر هو حامل البطاقة الذي يستطيع بوساطتها الوفاء بمشترياته الشخصية لدى المحلات التجارية التي ترتبط مع المصدر للبطاقة بعقد يتعهد فيه بقبوله الوفاء بمشتريات حامل البطاقة الصادرة عن الطرف الأول ، وعلى أن تتم التسوية النهائية بعد كل مدة محددة)) (1).

وهذا التعريف يبين موقف البنك المبنى على التعهد المسبق، كضامن لقيم مشتريات عملائه بالبطاقة.

ويعرفها آخرون بأنها ((بطاقة تعطي لحاملها الحق في التعامل مع العديد من المحلات التجارية المتفقة مع البنك المصدر للبطاقة على قبول منح الائتمان لتسديد مشترياته على أن يقوم بسداد قيمة المشتريات إلى البنك خلال (25) يوماً من تاريخ استلامه لفائدة الشراء. ولا يدفع العميل أي فوائد للبنك على هذه الخدمة إذا سدد خلال الفترة، إلا أنه يتحمل فوائد مقدارها (1.5%) على الرصيد المتبقي بدون سداد. أما البنك، فإنه يتقاضى من البائع عمولة مقدارها (3-5%) من قيمة الفاتورة (2).

و يبين هذا التعريف إمكانية عمل البطاقة، وإمكانية سداد قيمة المشتريات في الفترة المحدد من مصدر البطاقة.

كما تُعرف البطاقة الائتمانية بأنها (عقد بمقتضاه يقوم مصدر البطاقة بتغطية اعتماد معين ومحدد للعميل ، حيث يقوم باستخدامها فيما خصصت له ، ضمن قيمتها وحدود فعاليتها ، بحيث يقوم بتقديمها للتاجر الذي يأخذ منها المبلغ مباشرة عن طريق جهاز مخصص لذلك ، أو يقوم التاجر ، بأخذ المعلومات

3- فايز نعيم رضوان "بطاقات الوفاء" المطبعة العربية الحديثة، القاهرة ، 1995، ص8.

1- حمزة الزبيدي ، مرجع سابق ، ص18.

الموجودة على البطاقة بدقة وحذر، ليقوم بعد ذلك باستيفاء الثمن من مصدر البطاقة، ومن المهم أن يأخذ التاجر المعلومات بشكلها الصحيح، لأن المعلومات التي يأخذها تبنى على أساسها مسؤولية العملية الشرائية بأكملها (1).

و يبين هذا التعريف شكل العقد الذي يكون بين البنك مصدر البطاقة والعميل، ودور كل طرف في العقد.

و تعرف بطاقة الائتمان أيضا بأنها " عقد بين طرفين ، هما المؤسسة المالية (مصدر البطاقة) والعميل (حامل البطاقة)، تتعهد فيه المؤسسة المالية بأن تلتزم بدفع ما يترتب على العميل من مبالغ مالية لجهات تجارية ، على أن تعود هذه المؤسسات المالية على حامل البطاقة باستيفاء ما دفعته عنه (2). وهذا التعريف قد يتشابه إلى حد كبير من التعريف السابق من حيث الفكرة، بحيث يبين كلاهما أن البطاقة الائتمانية هي عقد بين البنك مصدر البطاقة والعميل حامل البطاقة.

كما تعرف البطاقة الائتمانية بأنها " أداة مصرفية للوفاء بالالتزامات تصدرها مؤسسة مالية (Issuer) لشخص طبيعي أو اعتباري (Card Holder)، تمكنه من إجراء سحب نقدي من البنوك أو شراء سلع وخدمات من التجار (Merchants) مع التزامه بالسداد للبنك المصدر بالشروط والقواعد المحددة بالعقد المبرم بينهما " (3).

وهذا التعريف كما يبدو أشمل وأعمق دلالة على بطاقة الائتمان ويركز على استخدامات البطاقة الرئيسية السحب والشراء.

ويتضح من التعريفات السابقة أن فكرة البطاقة الائتمانية تقوم على أنها التزام بالدفع آجلاً مقابل التمتع بإنفاق عاجل ، أي أنها جسر بينهما، وبالتالي فهي ليست نقوداً. إنما الحاجة إلى النقود تحدث عندما يأتي كشف الحساب المفصل

2- جلال عايد الشوره، وسائل الدفع الإلكتروني، دار الثقافة للنشر، الأردن، 2008، ص24.

3- عمر عباينة، مرجع سابق، ص15.

4- نادر شعبان السواح، النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك التجارية، الدار الجامعية. الإسكندرية، مصر، 2006، ص18.

للعمليات التي تمت على البطاقة ، وحينها يتم الدفع الفعلي بالنقود ، إذ هي نقود تصرف ، ولكنها ليست نقوداً حتى يحين وقت السداد (التسوية) .

وعليه يمكن القول أن بطاقة الائتمان هي عبارة عن بطاقة تتضمن معلومات معينة ومحددة من اسم حاملها ورقم حسابه ، تصدرها جهات عادة ما تكون مصرفاً أو مؤسسة مالية تعطي حاملها القدرة على تسديد قيمة مشترياته عن طريقها، بحيث تقوم الجهة المصدرة بتعجيل وفاء قيمة المشتريات للتاجر على أن تستردها لاحقاً من الحامل للبطاقة على دفعات وذلك وفق شروط متفق عليها مسبقاً .

2.1.5 أنواع بطاقات الائتمان

يوجد هناك العديد من البطاقات البلاستيكية الالكترونية تتعامل بها في حياتنا اليومية لأغراض متعددة، ومنها ما يطلق عليها مجازاً اسم البطاقة الائتمانية، وفيما يلي عرض لأنواع البطاقات الائتمانية.

2.1.5.1 أنواع بطاقات الائتمان من حيث التعامل بها

أ- بطاقات الخصم أو القيد المباشر أو الفوري Debit Card(1):

يعد هذا النوع من أنواع البطاقات الائتمانية أداة وفاء، ولا يمكن اعتبارها بأي شكل من الأشكال أداة ائتمان ، لأنها لا تعطي العميل أجلاً لفترة من الزمن، فمن الواجب على العميل حامل البطاقة أن يكون قد سبق له فتح حساب في هذا البنك مصدر البطاقة، ويكون الحساب جارياً (2) ، ومما يشترطه البنك مصدر البطاقة على العميل أن يكون رصيده في هذا البنك مساوياً في حده الأدنى للحد الذي يريد حامل البطاقة الشراء به. لهذا سميت ببطاقة الخصم؛ لان البنك يستطيع الخصم المباشر من حساب العميل الجاري المفتوح لديه ، فتكون بصورة

1- Barry Scholnick, Nadia Massoud, The Economic Of Credit Card. Debit Card and ATMs, **Journal of Banking and Finance**, 2008, p10.

2- منصور علي القضاة، بطاقات الائتمان وتطبيقاتها المصرفية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة اليرموك، 1998، ص37.

قيود دفترية ، فيخصم البنك المشتريات التي تمت بواسطة البطاقة ، وعلى التاجر أن يقوم بتسليم حامل البطاقة في لحظة الشراء مستندات الشراء ، ليقيم بالتوقيع عليها ، وذلك من أجل أن يصرفها التاجر من البنك مصدر البطاقة ، فيقع على عاتق حامل البطاقة أن يبقي حسابه الجاري مفتوحاً لدى البنك (مصدر البطاقة) ، وبشكل دائم محافظاً على الحد الأدنى المطلوب منه .

وقد تطورت العملية إلكترونياً الآن بفضل أجهزة الربط الإلكتروني بين نقاط البيع والبنوك ، بحيث يقوم التاجر بتمرير البطاقة عبر جهاز إلكتروني في نقطة البيع، ومن ثم يدخل قيمة العقد ، فيحصل اتصال إلكتروني بموجبه تقيد العملية على الحساب البنكي الذي صدرت عنه البطاقة التي تعود لحاملها (1). وبعد ذلك يصدر إشعار بالعملية يتم توقيع صاحب البطاقة عليه .

فالفرق هنا أن هذه العملية كانت تحتاج إلى أن يقوم التاجر بتقديم كل أوراقه لتقييد المبلغ في حسابه ، أما الآن فبمجرد الحصول على الموافقة إلكترونياً ، يتم قيد المبلغ من حساب صاحب البطاقة إلى حساب التاجر أو من خلال مدة زمنية قصيرة لا تتجاوز (48) ساعة . وكذلك في حال عدم وجود رصيد في حساب صاحب البطاقة فالإتصال الإلكتروني يضمن عدم إعطاء الموافقة على العملية .

ب- بطاقة الخصم الشهري أو القيد أو بطاقة الدين (Charge Card):

في هذا النوع من بطاقات الائتمان قد تستخدم البطاقة كأداة وفاء وائتمان في الوقت نفسه ، فيقوم البنك بإصدار مثل هذا النوع من البطاقات ، ولا يشترط على العميل صاحب الحساب الجاري أن يكون قد دفع في حسابه مبلغاً في حده الأدنى مساوياً للحد الأعلى للقيمة المسموح استخدام البطاقة بها ، أو بصورة حساب جارٍ ، كما هو الحال في النوع السابق وإنما قد تحدث المحاسبة بشكل شهري عن طريق إرسال كشفٍ من البنك مصدر البطاقة لحامل هذه البطاقة

1- جلال الشورة، وسائل الدفع الإلكتروني مرجع سابق، ص29. نقلا عن سميحة القيلوبي، وسائل الدفع الحديثة، ورقة عمل عن الدفع الإلكتروني ندوة التجارة الإلكترونية المنعقدة في المعهد العالي للعلوم القانونية والقضائية دبي. الاثني عشر والثلاثاء 10-11/تموز/2004.ص8.

يحتوي على تفاصيل المبالغ المستحقة عليه نتيجة مشترياته وحصوله على السلع والخدمات من التجار، أو صاحب الخدمة كما ينظم ما تم سحبه من الصراف الآلي (السحب النقدي)، أو من البنك، وكل ذلك يجب ألا يتجاوز الحد الأقصى المسموح له باستخدامه وسحبه ببطاقته ، فيطلب من العميل تسديد هذه المبالغ خلال مدة تتراوح بين (25-40) يوماً وإلا فأن البنك سوف يحمله فوائد تتراوح ما بين (1.5-1.75 %) شهرياً على المبالغ المسحوبة (1).

ج- بطاقات الائتمان أو التسديد بالأقساط: Credit Card

هي نوع من بطاقات الدفع تستخدم كأداة وفاء وائتمان في نفس الوقت، فهي تتيح لحاملها الحصول على السلع والخدمات فور تقديمها والدفع الآجل لقيمة تلك السلع والخدمات، وذلك للبنك المصدر لتلك البطاقة. كما وتعتبر إحدى وسائل الدفع الإلكترونية، وفي عام 2000 كانت نسبة المشتريات عن طريق هذه الأداة (95%)، ويعود ذلك إلى سهولة استخدامها بالإضافة إلى الراحة في استخدامها (2).

ولحامل البطاقة الحق في أن يدفع كامل الرصيد الظاهر بكشف حساب البطاقة الشهري أو جزءاً منه، إذ يتوقف ذلك على الاتفاق المبرم بين البنك وحامل البطاقة، حيث يمنحه البنك المصدر ائتمان يسمح له بسداد رصيد استخداماته بموجب البطاقة المصدرة له على آجال طويلة مقابل دفع فوائد مدينة عن رصيد الاستخدامات الظاهر بكشف حساب البطاقة في نهاية كل شهرالذي لم يسدد خلال الشهر التالي(3).

2.1.5.2 أنواع بطاقات الائتمان من حيث المزايا التي تمنح لحاملها

أ- البطاقات العادية أو الفضية

1- جلال الشورة ، وسائل الدفع الإلكتروني، مرجع سابق ص30.

2- Craig Van, Sly ken France Belanger, E -Business Technologies, United State America, 2003, pp418.

3- Deitel.H.M. Deitel.P.J.K" E - Business and E- Business for Manager" 2000 , p92.

يعطي هذا النوع من البطاقات لحامله حداً من الائتمان منخفضاً نسبياً، فيمنح هذا النوع لمعظم العملاء عندما يتوافر الحد الأدنى من المتطلبات المطلوبة ، كما يوفر لحاملها القدرة على الشراء من التجار والسحب النقدي من البنوك وأجهزة الصراف الآلي (1).

ب- البطاقات الذهبية

إن المنظمات راعية هذا النوع من البطاقات تعطي حاملها حداً مالياً من الائتمان مثل Visa، كما أن البعض الآخر يعطي حاملها ائتماناً غير محدد بسقف مثل American Express. وهذا النوع يصدر للعملاء أصحاب الأموال ، فحامل هذا النوع من البطاقات تضاف إليه بعض المزايا الأخرى الممنوحة له مجاناً، مثل التأمين ضد الحوادث، كما يحصل على استشارات طبية وقانونية مجاناً ، كما يتم توصيل الرسائل إلى أنحاء العالم كلها، والحجز في الفنادق وشركات الطيران، وفي أغلب الأحيان تزيد رسوم الاشتراك على حامل هذه البطاقة عن حامل البطاقة الفضية، ويكون الائتمان المالي والتاريخ لصاحب البطاقة معياراً لهما، ومحددًا في نوع البطاقة التي تصدر له (2).

ج - البطاقات الماسية:

هي نوع من البطاقات الائتمانية تصدر لكبار العملاء، وتتميز بعدم وجود حدود ائتمانية، كما تعطي لحاملها نفس مزايا البطاقة الذهبية ، وتصدر هذه البطاقات عن طريق بعض المؤسسات المالية مثل - American Express (3).

4- عبد الوهاب إبراهيم أبو سليمان، البطاقات البنكية/الإقراضية والسحب المباشر من الرصيد، دار البشير، جدة، 1998، ص34.

1- عبد الوهاب إبراهيم، مرجع سابق ص39.

2- نادر السواح، النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك التجارية، مرجع سابق، ص23.

ومما سبق، يتضح لنا أن الفرق بين الأنواع الثلاثة للبطاقات الائتمانية السالفة الذكر هو الحدود الائتمانية التي تعطى للعميل، فنلاحظ أن البطاقات العادية تصدر بشروط ميسرة ومصاريف منخفضة تناسب أغلب العملاء.

أما البطاقات الذهبية، فإنها تصدر لفئة معينة من العملاء، ممن يتميز بدرجة مخاطر منخفضة، ومعدلات إنفاق عالية، واستخدامات متكررة، ولكنها تعطي حاملها حداً مالياً، من الائتمان، مثل: Visa Card. أما النوع الأخير فإنه يتميز عن الأنواع الأخرى بأنه غير محدد بحدود ائتمانية، وتعطي حاملها نفس مزايا البطاقات الذهبية .

2.1.5.3 أنواع بطاقات الائتمان من حيث الاستخدام

أ- بطاقة الائتمان العادية

يعدّ هذا النوع من البطاقات أكثر أنواع البطاقات استخداماً، فهي تستخدم في الشراء أو الحصول على خدمات، وإمكانيتها في السحب النقدي من الصراف الآلي، أو من البنوك التي تكون مشتركة في عضوية هذه البطاقة (A.T.M) وهذه البطاقات تستخدم في الشراء من التجار الذين لديهم آلة يدوية أو إلكترونية (point of Sales) (1).

ب- بطاقة السحب النقدي الإلكتروني Automated Teller Machine (Cash Card. ATM Card)

تستخدم بطاقة الصراف الآلي في عملية سحب النقود، سواء أكانت من أجهزة الصراف الآلي المحلي أم الدولي، أم الأجهزة التي تقرأ الأشرطة

1- نادر السواح، النقود المرجع ذاته.

الممغنطة التي تحصل عليها البنوك من مصدر هذه البطاقة، وتكون مشتركة في عضوية هذه البطاقات(1)، وتوجد اتفاقية بين بنك الإسكان وبنوك أخرى على أن حامل هذه البطاقة الصادرة عن أحد هذه البنوك يستطيع استخدام أجهزة تلك البنوك دون عمولة إضافية للسحب النقدي (شبكة محلية) .

ج - البطاقات المحلية

إن هذا النوع من البطاقات لا يستخدم إلا داخل إقليم البنك مصدر البطاقة، وفي نفس عملة هذا الإقليم ، وإن مجال استخدام هذا النوع من البطاقات قليل جداً، وفي حدود ضيقة ؛ لأنها لا تعطي حاملها ميزات مثل: النوع الآخر الذي يستخدم بنسبة كبيرة ويستخدم في جميع أنحاء العالم، ويمكن سحب جميع العملات ، وسحبه من الصراف الآلي بالعملة التي يرغب بها حامل البطاقة(2) .

2.1.5.4 أنواع البطاقات الائتمانية من حيث الجهة المصدرة لها

يمكن تقسيم بطاقات الائتمان تبعاً لجهة إصدارها إلى ما يأتي:

أ- أشهر هذه البطاقات وأكثرها استعمالاً (Visa –Master Card) وتصدر هذه الأنواع من البطاقات من جميع بنوك العالم المشاركة في عضويتها، فتصدر برعاية منظمات عالمية (3).

ب- (American Express)، وهي بطاقات تصدرها وترعاها مؤسسة مالية واحدة، حيث تشرف مباشرة من خلال فروعها على عملية إصدار البطاقة والتسويات مع

2- Saloner, G, Shepard, A, Adoption of Technologies with Network Effects: An Empirical Examination of The Adoption of Automated Teller Machine, **Journal of Economics**, 1995, pp479-501.

3- Saloner, G, Shepard, A, op.cit.p479

1- محمود الكيلاني، بطاقات الائتمان، مجلة البنوك في الأردن، عدد1، مجلد21، شباط 2002، ص37-38.

التجار دون أن تمنح تراخيص إصدار لأي بنك أو مؤسسة مصرفية أخرى، ومنها بطاقات (Diners ` Club) (1).

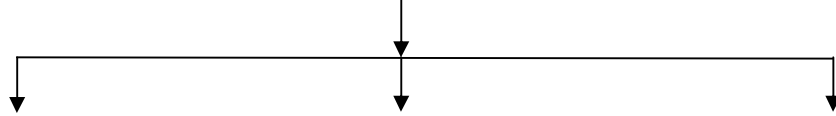
ت- هنالك بطاقات تصدر عن المؤسسات التجارية؛ لتستخدم من قبل زبائنها في الشراء من فروعها ومؤسساتها ، فيتحقق ذلك عندما تملك المؤسسات مشاريع كبرى عدة، مثل محطات البنزين ، والفنادق، والمطاعم ، والأسواق التجارية الكبيرة ، فتقوم تلك المؤسسات بطرح بطاقات لتمكن زبائنها من الشراء وطلب الخدمات من أي نوع من الأنواع المستخدمة في فروعها، وذلك للمحافظة على زبائنها ولتنظيم عمليات البيع ، فيدفع الزبون إلى المؤسسة مباشرة أو بعد فترة من الزمن ، فتعطي هذه البطاقة حاملها ائتمانا ، وقد يحصل حاملها على ميزات أخرى، كتخفيض في الأسعار ، أو الأولوية في تقديم الخدمات لحاملها (2).

ث- (Cheque Guarantee) يسمى هذا النوع بطاقات ضمان الشيك تصدرها البنوك لعملائها ، ليستخدمها حاملها عند تسوية عمليات الشراء ويدفع المستحقات عليه بوساطة هذه الشيكات المسحوبة عن البنك مصدرها ، للتأكد من أن الشيك ستصرف قيمته في حالة تقديمه من حامله للبنك (3).

ويعدُّ هذا النوع من البطاقات مثل كفالة البنك لدفع قيمة الشيك المسحوب باستخدام هذه البطاقة وبالحد الذي تضمنه (تكلفة) هذه البطاقة.

والشكل (1-2) أنواع البطاقات الائتمانية من حيث الجهة المصدرة لها.

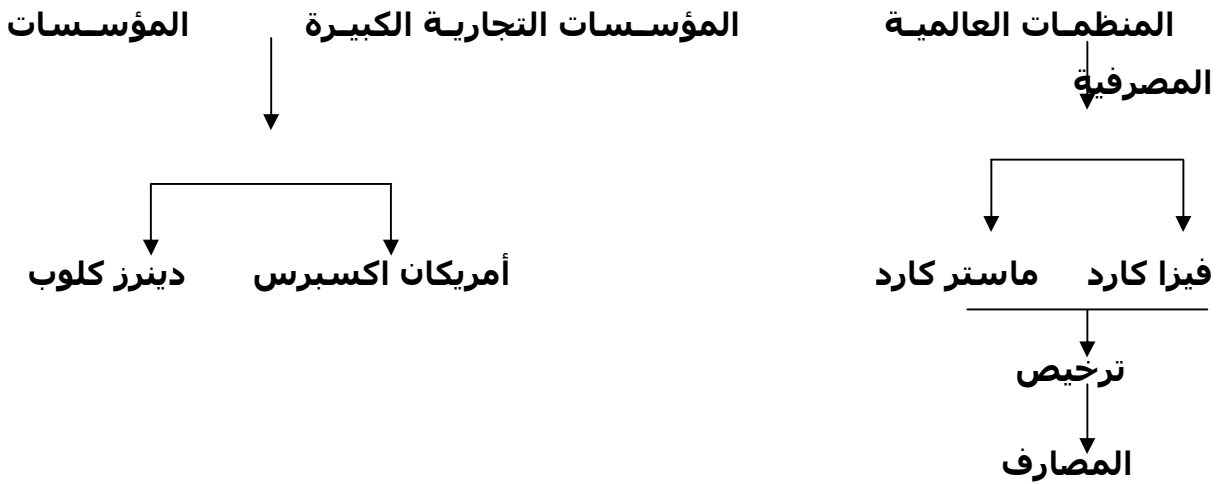
مصدري البطاقات الائتمانية



2- محمد عبد الحليم عمر، الجوانب الشرعية والمصرفية والمحاسبية لبطاقات الائتمان، ايتراك للنشر، مصر، 1997، ص21.

3- محمد عبد الحليم عمر، مرجع سابق، ص21.

4- هدى غازي محمد عطا الله، الجوانب القانونية لبطاقات الائتمان، رسالة ماجستير، الجامعة الأردنية، عمان-الأردن 1997، ص28-29.



المصدر:- نواف عبد الله احمد باتويارة ، أنواع بطاقات الائتمان وأشهر مصدريها ،

1998.

2.1.6 المنظمات العالمية المصدرة للبطاقة الائتمانية (1)

تشكل البطاقات الائتمانية أهمية كبيرة في السوق العالمية، لذلك لا بد من التعرف إلى منظماتها المختصة في إصدار البطاقات الائتمانية، أو منح تراخيص للبنوك الأعضاء بها لإصدارها. ومن هذه المنظمات ما يأتي :

(أ) فيزا العالمية (Visa International):

تعدّ فيزا أكبر شركة دولية تعمل في مجال البطاقات الائتمانية، ومقرها الولايات المتحدة الأمريكية، كما تمثّل أكثر نظام دفع في العالم، فبطاقتها وشيكاتها السياحية مقبولة لدى أكثر من (13) مليون محل تجاري، و (306288) جهازاً للصرف الآلي في (190) دولة، وقد بلغ عددها في أيلول (سبتمبر) 1996 (510.5) مليون بطاقة، استخدمت في تسوية معاملات قيمتها (927,7) بليون دولار، وتدير شركة فيزا منظومة (Visa/ plus) التي تعتبر أكبر شبكة للصراف الآلي في العالم (100,000) جهازاً للصراف الآلي، كما استطاعت امتلاك مؤسسة (Inter link) التي تعدّ أكبر شبكة في مجال التسديد عند نقاط

1- نواف عبد الله احمد باتويارة ، أنواع بطاقات الائتمان وأشهر مصدريها ، مجلة الدراسات المالية والمصرفية . مجلد 6 عدد 4 ، 1998. مرجع سابق ص 46-50.

البيع (p.o.s) (1)، حيث أصدرت (12) مليون بطاقة مدنية ، كما تدير شركة فيزا دار المقاصة المؤتمتة (Automated Clearing House) ، بالإضافة إلى ذلك، تربط بين (220) مصرفاً في مجال المقاصة بين المصارف ، وهكذا لم تعد فيزا مجرد شركة للبطاقات الائتمانية ، بل أصبحت شاملة لخدمات المدفوعات والمعالجة الإلكترونية .

وتنتشر بطاقة فيزا في جميع أنحاء العالم تقريباً ، حيث يصدرها أكبر مصرف في بريطانيا وهو (Barclays Bank) منذ عام 1977 ، وفي فرنسا هناك (55%) من البطاقات الزرقاء التابعة للفيزا، وفي عام 1991 بلغ عدد بطاقات فيزا في ألمانيا (1,2) مليون بطاقة . وفي استشرافها للقرن الحادي والعشرين ، أخذت فيزا في بناء الشبكة الدولية متعددة الوسائل (Multimedia Network) المسماة (Visa net 2000) وستكون هذه الشبكة قادرة على معالجة (14) بليون معاملة في السنة وهو حجم يعادل خمسة أضعاف الحجم الحالي، كما سيكون لها دخول على الخط (On Line Access) مع (160) دولة، وذلك من خلال (2500) نقطة ارتباط، وهو ما يعادل خمسة أمثال الحجم الحالي .

(ب) ماستر كارد العالمية (Master Card International) (2)

ماستر كارد هي ثاني أكبر شركات البطاقات الائتمانية في العالم ، ومقرها الولايات المتحدة الأمريكية ، وبطاقتها مقبولة لدى أكثر من (9,4) مليون محل تجاري ، حيث بلغ عدد أعضائها سنة 1990 (163) مليوناً ، واستخدمت في تسوية معاملات بلغت قيمتها أكثر من (200) بليون دولار منها (46%) تمت في أمريكا، و (29 %) في أوروبا، و (12%) في آسيا - المحيط الهادي و (6%) في كندا، و (4%) في أمريكا اللاتينية، و (1%) في الشرق الأوسط وأفريقيا .

1-(P.O.S) وهي اختصار ل (Point of Sales) وحدة الاتصال الطرفية: هي آلة إلكترونية تمرر بها البطاقات فيتم قراءة بياناتها من الشريط الممغنط خلف البطاقة وتتصل (P.O.S) تلقائياً عن طريق خط تلفوني بالبنك للحصول على تفويض لتنفيذ العملية أو رفضها وذلك بأخذ رقم معين للقبول أو الرفض / نادر شعبان سواح، مرجع سابق، ص12.

2- نواف عبد الله احمد باتويارة ، أنواع بطاقات الائتمان وأشهر مصدريها، مرجع سابق ص48.

وتمتد الشركة جغرافيا بوساطة أعضاء من كبار الموزعين في العالم، مثل: (Euro Card Int) و (Access Credit Card) في بريطانيا ، وتدعم شركة ماستر كارد شركة (Euro pay Int) بنسبة (15%) التي أنشئت سنة 1992 ، حيث تعدّ الشركة الوحيدة المرخص لها من قبل ماستر كارد في أوروبا، وكما تمتلك ماستر كارد (15%) من أسهم شركة خدمات نظم المدفوعات الأوروبية (European payment system services) . وشركة ماسترو العالمية (Maestro)، المتخصصة في خدمات التسديد عند نقاط البيع ، كما تسيطر بالكامل على تراخيص شبكة سيرس (Cirrus) لأجهزة الصراف الآلي .

وبطاقات ماستر كارد الائتمانية هي بطاقات ائتمان تصدر لعملاء البنك ضمن شروط معينة، وبسقف محدد تخول حاملها القيام بعمليات شراء السلع والخدمات لدى التجار الذين يمتلكون أجهزة P.O.S . إضافة إلى عمليات السحب النقدي من خلال الكاونتر وأجهزة الصراف الآلي، كما وتمنح حاملها ميزات ميسرة لسداد المبالغ المسحوبة على أقساط شهرية، بحيث يتم رفع سقف البطاقة بالمبالغ المسددة، مما يتيح للعميل استغلال المبالغ المسددة مرة أخرى (1) .

2.1.7 المؤسسات المالية العالمية المصدرة للبطاقة الائتمانية الإلكترونية

هناك عدد من المؤسسات المالية التي عملت على إصدار أنواع معينة من البطاقات الائتمانية والمؤسسات التالية تعتبر من أهم مصدري البطاقات الائتمانية:

أ (أمريكيان إكسبرس) (American Express)

تصدر (American Express Bank) التي تعدّ مؤسسة مالية كبيرة تزاوّل الأنشطة المصرفية ، فضلا عن أنها المصدرة لبطاقات (أمريكيان إكسبرس) ،

1- ناظم محمد الشمري. عبد الفتاح زهير العبدالات، الصيرفة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر، الأردن ، 2008، ص101 .

وتشرف هذه المؤسسة المصرفية مباشرة على عملية إصدار البطاقات ، دون أن تمنح تراخيص إصدار البطاقات لأي بنك أو مؤسسة مصرفية أخرى ، وهي التي ترتب موضوع استيفاء حقوق التجار والمؤسسات التي تقبل البطاقة لحقوقهم منها مباشرة نيابة عن حملة البطاقة ، ولا تلزم حملة بطاقتها فتح حسابات مصرفية لديها ، أو في فروعها ، ويكفيها أن تتعرف إلى مقدار الملاءة المالية للعميل لكي تقوم وفق معايير ائتمانية (قرضية) تناسب سياستها بإصدار البطاقة لمن تقبلهم من المتقدمين للحصول عليها(1).

وتصدر الأمريكان إكسبرس ثلاثة أنواع من البطاقات ، تناسب كل منها نوع العميل ، وحجم التسهيلات الائتمانية المقدمة له. وهذه الأنواع هي (2) :

1. بطاقة الأمريكان إكسبرس الخضراء (American Express Green Card) : وهي بطاقة لعامة الناس، وتمنح للعملاء من ذوي الملاءة المالية ، وتحدد تسهيلات الائتمانية الممنوحة للعميل بسقف ائتماني معين.
2. بطاقة الأمريكان إكسبرس الذهبية (American Express Gold Card) : هي بطاقة تمنح للعملاء الذين يتمتعون بملاءة مالية عالية ، وتتميز بكون تسهيلات الممنوحة للعميل غير محددة بسقف ائتماني معين ، والجدير بالذكر أن الأمريكان إكسبرس لا تقبل وضع اسم أي مصرف آخر على بطاقتها إلا على هذا النوع . وبشرط أن يكون لدى المصرف المصدر لهذه البطاقة حساب للعميل ، وأن يكون هذا المصرف ضامناً له .
3. بطاقة الأمريكان إكسبرس الماسية (Optima) : تشرف مؤسسة الأمريكان إكسبرس مباشرة على عملية إصدار هذا النوع من البطاقات ، دون أن تمنح تراخيص إصدارها لأي مصرف أو مؤسسة أخرى ، وهي ترتب موضوع استيفاء حقوق التجار والمؤسسات التي تقبل البطاقة لحقوقهم منها مباشرة بالنيابة عن حملة البطاقة ، ولا تلزم حملة بطاقتها فتح حساب لديها ، بل يكفيها أن تتأكد من الملاءة المالية للعميل .

2- عبد الوهاب إبراهيم أبو سليمان ، البطاقات البنكية/الإقراضية والسحب المباشر من الرصيد، مرجع سابق ، ص 29 .

1- نواف احمد باتوباره، أنواع بطاقات الائتمان وأشهر مصدريها، مرجع سابق، ص 48 .

ب (دايبرز كلوب (Diners Club) (1)

تعدّ من شركات البطاقات الائتمانية الرائدة في العالم على الرغم من صغر أعداد حملة بطاقتها ، بالمقارنة مع الشركات الكبرى الأخرى ، إذ بلغ عدد بطاقتها سنة 1990 (6.9) مليون بطاقة مقبولة لدى (1.85) مليون موقع تجاري، وسجلت أرباحاً تقدر (16) بليون دولار. ويملك (City Bank) الأمريكي - الذي يعدّ واحداً من أكبر المصارف في العالم - شركة دايبرز كلوب ، التي تعمل من خلال شبكة من الامتيازات أو التراخيص ، تسمح لصاحب الامتياز إصدار البطاقة وإدارة الارتباطات مع مواقع قبولها ، مما يسمح للشركة بالوجود في مناطق أوسع ويعطي مرونة للتعامل المحلي .

وتنقسم امتيازات دايبرز كلوب إلى أربع مناطق تغطي أنحاء العالم، هي : أوروبا ، والشرق الأوسط ، وإفريقيا ، وآسيا ، والمحيط الهادي ، وأمريكا اللاتينية وأمريكا الشمالية .

- تصدر الدايبرز كلوب ثلاثة أنواع من البطاقات، هي :

1 (بطاقة (Charge card) لعامة الناس .

2 (بطاقة الأعمال التجارية لرجال الأعمال وموظفي الشركات

3 (بطاقات خاصة بالتعاون مع شركات كبرى، مثل: شركة الطيران البريطانية، وشركة سيارات (فولفو) وغيرها .

2.1.8 نشأة بطاقات الائتمان وتطورها

2.1.8.1 تطور وسائل الدفع المختلفة

لابد في البداية من الحديث عن تطور وسائل الدفع، التي سبقت ظهور البطاقة الائتمانية ، حيث عرف الإنسان وسائل عدة للتبادل ، فمنذ القدم كان الإنسان يستخدم المقايضة كوسيلة للمبادلة ، فكان يتم مقايضة سلعة بسلعة،

2- نواف احمد باتوباره، أنواع بطاقات الائتمان وأشهر مصدريها، مرجع سابق، ص 49 .

كالقمح بالتمر أو الشعير وهكذا، ثم عرف الإنسان المعادن ، فاستخدمت في المبادلات ، فاستخدم البرونز والنحاس والحديد كأدوات للمبادلة (1).

وقد استخدم قدماء المصرفيين وحدة محاسبة مصرفية تسمى (الشات)، وكانت السلع تقدر بموجب هذه الوحدة، وقد عرف الإنسان المسكوكات الذهبية كوسيلة للتبادل منذ حوالي (600) سنة قبل الميلاد ، أما النقود الورقية، فقد ظهرت كوسيلة للوفاء عام 1656م ويرجع الفضل في ذلك إلى رجل المصارف السويدي (بالمستراخ) الذي أسس مصرف ستوكهولم ، وفي بادئ الأمر كان قبول الأوراق اختيارياً ، ثم أصبح إلزامياً بعد أن تدخلت الحكومة وفرضت السعر الإلزامي أو القانوني لأوراق العملات النقدية(2).

مع العلم أن النقد (Cash) هو الوسيلة الأكثر انتشاراً في العالم و يشكل النسبة الأكبر في التعاملات أو حجم التبادلات التجارية (فتصل إلى حوالي 80% في الدول الغربية). إلا أنها تتقلص تدريجياً، وذلك بسبب دخول الأنظمة التكنولوجية وبطاقات الائتمان في البنوك ، كوسائل منافسة للدفع، كما أنها لا تزال تعدّ من المؤشرات الأساسية لتقييم درجة نمو النظام الاقتصادي وتطوره في أي بلد، فكلما انخفضت نسبة التعامل بالنقد، كان ذلك مؤشراً على نمو النظام الاقتصادي وتطوره (3) . ثم طورت بعد ذلك وسائل الوفاء مع تطور الحياة ، فتم ابتداء الكمبيالة في القرون الوسطى، ثم ظهرت بعد ذلك الشيكات المصرفية (Banking Cheques) كوسيلة للدفع بشكل واسع مع ظهور البنوك التجارية في المعاملات والتبادلات التجارية كافة بين الأفراد والمؤسسات ، ولا تزال هذه الوسيلة تشكل نسبة كبيرة من حجم المدفوعات في عملية التبادلات التجارية (4).

1-عبدالمنعم مبارك، النقود والبنوك، الإسكندرية، مصر، 1995، ص9-22.

2-منصور علي القضاة، بطاقات الائتمان وتطبيقاتها المصرفية، مرجع سابق ص12.

1- هاني إدريس، دورة إدارة العمليات وأمن البطاقات المصرفية، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، عمان ، الأردن ، 4-1998/10/8.

2- Humphrey D .B .Pulley. L .B. Vesala .J.M ,Cash Paper and Electronic Payment A cross -Country Analysis ,Journal Of Money, Credit and Banking .1996,p28.

ثم ظهرت بعد ذلك الحوالات المالية / أوامر الدفع (Remittance Payment Order /) وهنا يفوض الطرف المدين البنك الذي يتعامل معه في تسديد ثمن السلعة أو الخدمة للطرف الدائن ، وفي الغالب يتم ذلك عن طريق قيام البنك الذي يتعامل معه الطرف الدائن أو أي جهة أخرى ، وتنتشر هذه الوسيلة في عمليات التبادل التجاري بين المؤسسات، وفي الحالات التي يكون فيها الدائن والمدين من منطقتين أو بلدين مختلفين ، ثم جاءت الشيكات السياحية (Traveler Cheques) كوسيلة للدفع في المملكة المتحدة عام 1865م تلبية لحاجة الأفراد المسافرين والسياح لتخفيف مخاطر حمل النقود ، وتحاشي قبول نقد الدول القادم منها المسافر. ويقتصر استخدام هذه الوسيلة على رجال الأعمال في رحلاتهم التجارية والأفراد في مواسم السفر والسياحة الخارجية.

وفي ظل تنامي السوق المالي والتطور المطّرد لشؤون الحياة المعيشية، جاءت النقلة بل الخطوة الأهم باختراع وسيلة جاهزة ذات فعالية أسرع ، وأكثر من الشيك وغيره ، وهي بطاقة الدفع / الائتمان وتعدّ " بطاقة الائتمان " إحدى أهم المنتجات المصرفية التي غزت الأسواق المالية ، في أعقاب الحرب العالمية الثانية ، والتي ظهرت في سياق التطورات الحاصلة في الصناعة المالية ، وأخذت أهمية هذه البطاقة على اختلاف أنواعها تتزايد يوماً بعد يوم ، حتى أصبح الحديث يجري حالياً عن احتمال أخذ هذه البطاقة دور الشيك كأداة وفاء نقدية، وأهمية هذه البطاقة تتجلى في إمكانية إسهامها بتحديد المدخرات المعقمة بشكل ودائع، وكذلك في تخفيض تركيز الخطوط الائتمانية⁽¹⁾ .

2.1.8.2 نشأة بطاقات الائتمان في العالم

3- منصور القضاة. مرجع سابق ص14. نقلا عن سعد عنداري ، الإطار الاقتصادي والنقدي للتعامل ببطاقة الائتمان ، مجلة المعارف العربية ، عدد 156 ، كانون أول 1993 . ص38.

تكاد تجمع أغلب الدراسات التي تتحدث حول موضوع بطاقات الائتمان، على نشأة البطاقات الائتمانية وظهورها. ويمكن التمييز في نشأة البطاقات الائتمانية وتطورها بين ثلاث مراحل هي:

(أ) المرحلة الأولى

و تبدأ هذه المرحلة منذ بداية القرن العشرين وتحديداً عام 1914م، وفيها بدأ وضع البذرة الأولى لفكرة البطاقة ، حيث أصدرت شركة " Western Union " في الولايات المتحدة الأمريكية بطاقة تسديد المدفوعات " Payment Card " ، وهي بطاقة معدنية تعطي لبعض العملاء المميزين للشركة و بموجبها يحصلون على مزايا خاصة عند معاملاتهم مع الشركة ، إضافة إلى منحهم ائتماناً ممثلاً في تسهيلات زمنية لدفع المستحقات عليهم(1) .

وفي عام 1917م قامت بعض الفنادق الكبرى والمحلات التجارية وشركات البترول والسكك الحديدية والتلغراف باتباع نفس الفكرة فقامت شركة " General Petroleum Corporation Mobil oil " في كاليفورنيا عام 1924م بإصدار أول بطاقة ائتمان حقيقة توزع على الجماهير لدفع قيمة البنزين المباع لهم من محطاتها المنتشرة في أنحاء البلاد على أن تسدد المبالغ المستحقة عليهم في تواريخ لاحقة، وفي عام 1931 أصدرت شركات الطيران بطاقات الائتمان، وفي عام 1936 امتلك قطاع النقل الجوي نظاماً خاصاً بالائتمان سمّي " Universal Air Travel Plan " (2) .

ويعود أصل بطاقات الائتمان إلى " John Blogging " المتخصص في تسليم المستهلكين في بنك إفلات_يوش ناشونال بنك أوف_بروكلين " Flat Bush National Bank Of Brooklyn " حيث صمم المذكور سنة 1946م (وثيقة Scrip)

1- Robert H.SCOTT. III, **The Determinants of Default on Credit Card Debt**, Thesis and Dissertation. University of Missouri – Kansas City,2005,p53
2- Rosita Moore, **Credit Card Knowledge, Attitudes, And Practices of College students**, Thesis and Dissertation. University of Texas Tech.2004.p26

تقبل من التجار المحليين للمشتريات الصغيرة ، وبعد أن تتم الصفقة على التاجر أن يقوم بإيداع الوثيقة (1) .

وهكذا وجدت فكرة البطاقة في هذه المرحلة، والتي يمكن أن تكون من خصائصها في هذه المرحلة، أنها علاقة مباشرة بين التاجر وحامل البطاقة دون وسيط بينهما، و كان استخدامها مقصوراً على السلع والخدمات التي يقدمها التاجر، ثم استخدمها على نطاق محلي ضيق . كما أن لها حدوداً للائتمان وطرق معينة في السداد.

ب) المرحلة الثانية

و تبدأ المرحلة الثانية من بداية الخمسينيات وحتى منتصف السبعينات من القرن الميلادي السابق ، حيث تم إنشاء نادي " Diners Club " الذي قدم بطاقة بلاستيكية يمكن عن طريقها الحصول على السلع والخدمات من المحلات والفنادق الكبرى على ضمان مصدر البطاقة (2) ، ثم توالى دخول السوق بعض البطاقات الأخرى، مثل: " Card Blanch , American Express " في ذات الفترة دخلت بعض البنوك لتصدر بطاقات ائتمان خاصة بها، وتزايد عدد البنوك في هذه الفترة، إلا أنه حدث ركود في سوق البطاقات، فخرج عدد كبير من البنوك من سوق البطاقات، وظهرت أنواع أخرى من طرق الائتمان (3).

وفي الفترة ذاتها (بداية الخمسينات 1950) بدأت البنوك تدخل العملية ، حيث بدأ بنك فرانكلين في نيويورك بإصدار بطاقة خاصة به عام 1951م لعملائه وعملاء البنوك الأخرى ، وتبعه في ذلك ، بعض البنوك حيث زاد عددها عن 100 بنك (4) .

3- منصور علي القضاة. مرجع سابق ص15 نقلا عن عبد اللطيف أسعد، دورة بطاقات الدفع الائتمان ، ص1 معهد الدراسات المصرفية عمان 20 _ 9/22 /1997 م.

1- Diane Ellis, **The Effect of Consumer Interest Rate Deregulation on Credit Card Volumes, Charge -Offs and the Personal Bankruptcy Rate**, Federal Deposit Insurance Company, Bank Trends, No. 98-05. 1998. WWW.SSRN.Com.

2- حسين إبراهيم القضمانى، **البطاقة المصرفية والانترنت**، ط1، اتحاد المصارف العربية ، 2002، ص23.

3- Drury A,C ,Ferrier C,W ,**Credit Card** , London Butter wrth,1984, P14-29.

وفي عام 1958م قام أكبر بنكين في العالم، وهما بنك أمريكا وبنك تشيز مانهاتن ، بإصدار بطاقة " Bank America Card " والتي أصبحت مقبولة في جميع أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية مما أدى إلى ظهور منافسين جدد نتيجة قبول هذه البطاقة.

وقد تطور استخدام هذه البطاقة لدرجة أنه أنشئ لها مؤسسة منفصلة عن البنك أطلق عليها اسم "National Bank Americard Corp" ، ونظراً لنجاح هذه البطاقة وانتشارها على نطاق واسع اتفقت بعض البنوك المنافسة وظهرت بطاقة ماستر كارد " Master Card " التي كانت مملوكة في الأصل لبنك فرست ناشيونال بولاية كنتاكي الأمريكية (1).

ونظراً للتكاليف الباهظة اللازمة لإنشاء نظام وفاء بواسطة بطاقات الائتمان ، فقد اتجهت أنظار البنوك نحو توحيد الجهود للخروج بنظام مشترك ، وكان في طليعة الجهود المذكورة إنشاء ما يسمى جمعية كاليفورنيا للبطاقات المصرفية " California Bank Card Association " التي سميت لاحقاً جمعية الولايات الغربية للبطاقات المصرفية " Western State Bankcard Association " وجمعية وسط غرب أمريكا للبطاقات " The Midwest Bank Card Association " وتزايدت المنافسة في عام 1966م في أمريكا مهد هذه البطاقات ، حيث أعلنت ثمانية بنوك أمريكية تأسيس ما يسمى " Interbank " الذي لم يكتف بإصدار بطاقات الائتمان بل عمل كوسيط لتحصيل المبالغ المستحقة عن استخدام بطاقات ائتمان أخرى ، ولذلك أنظمت إليه بنوك عدة وتم اختيار العلامة التجارية " Master Charge " كعلامة لهذه البطاقة التي اكتسبت أهمية كبيرة، وقامت بمنافسة بطاقة Bank Americard بقوة. وقد سميت بطاقة Master charge فيما بعد بطاقة Master Card وبطاقة Bank Americard وبطاقة Visa U.S.A (2).

ومن مميزات هذه المرحلة ما يأتي :

4- محمد سعودي، بطاقات الائتمان والأسس القانونية الناشئة عن استخدامها، دار الأمين، القاهرة، 2001، ص18.

1- Rosita Moore, Credit Card Knowledge, Attitudes, And Practices of College students. Ob.Cit .p27

أ) تحددت الملامح الرئيسية لبطاقات الائتمان:

ب) كانت بطاقات الائتمان مقصورة فقط على التعامل بها داخل الولايات المتحدة الأمريكية.

ج) أطراف عقد البطاقة الأساسية ثلاثة هم: مصدر البطاقة، وحامل البطاقة، والتاجر.

د) تستخدم البطاقة الائتمانية في الحصول على السلع والخدمات من جهات متعددة تقبل التعامل بموجبها داخل الولايات المتحدة الأمريكية.

أما في بريطانيا، فقد دخلت ساحة البطاقات الائتمانية متأخرة نسبياً، وأصدر في بريطانيا نوعان من البطاقات هما Access Card الصادرة عن شركة الاعتماد المتحدة... وبطاقة Barclays Card ، وكلا البطاقتين صادرتان بالتعاون مع شركة ماستر كارد وفيزا .

أما في فرنسا - التي دخلتها البطاقات الائتمانية متأخرة أيضاً - فقد انتهزت المصارف فيها فرصة عدم وجود شركات متخصصة لإصدار البطاقات الائتمانية بإصدار هذه البطاقات، لذلك أوجد الفرنسيون البطاقة الزرقاء (Carte Bleu) كبطاقة ائتمانية وذلك عام 1976م.

أما في الوطن العربي، فقد دخلت البطاقة الائتمانية الحياة العملية في أوائل الثمانينات، وقد تبنتها بعض الدول العربية، حتى أصبحت من أهم العوامل الاقتصادية فيها، كما هو الحال في لبنان ودول الخليج العربي وخاصة المملكة العربية السعودية ، وتتجه معظم المصارف العربية نحو ربط أجهزتها بأنظمة الشبكات العالمية مثل Visa - Master card ، وعلى سبيل المثال قام المصرف العربي الإفريقي في مصر بإصدار بطاقة فيزا عام 1981 ، وقام مصرف مصر بإصدار بطاقته الخاصة فيزا كارد المصرف العربي عام 1992 ، كما إن إصدار المصرف العقاري السوري لبطاقة (Syria Card) عام 2001 م، هي خطوة متأخرة جدا وغير كافية (1).

1 - انس العُلبى، النظام القانوني لبطاقات الاعتماد ، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان ، 2005، ص36.

ونلاحظ مما سبق، أن الدول العربية كانت متأخرة جدا في دخولها لسوق البطاقات الائتمانية، مما أثر بشكل كبير في تأخر تطور البطاقات الائتمانية في الوطن العربي.

(ج) المرحلة الثالثة

و تمثل هذه المرحلة الصورة الحاضرة لبطاقات الائتمان ، ويمكن القول بأن هذه المرحلة بدأت عام 1977 حينما اتفقت بعض البنوك الأمريكية، والتي كانت تصدر بطاقة "Bank Americard" على إنشاء جمعية أو منظمة غير ربحية لإصدار بطاقة جديدة سميت بطاقة فيزا " Visa card"، وسمحت لأي بنك في أنحاء العالم أن يكون عضواً بها طبقاً لاشتراطات خاصة، وتتولى الجمعية أو المنظمة التنسيق بينها ، ومع زيادة البنوك المنتسبة إليها قامت منظمة الفيزا بإنشاء شعبتين لها الأولى شعبة الفيزا الأمريكية "U.S.A Visa" والأخرى تتولى شؤون البطاقة في جميع أنحاء العالم وتسمى " Visa International"⁽¹⁾.

وفي آذار عام 1985م أعلن عن اتفاق ماستركارد " MasterCard" وفيزا U.S.A Visa على إجراء التحصيل فيما بين نظاميها ، ولذلك أصبح بمقدور البنوك التي تمنح إحدى البطاقات أن تسهل على عملائها التأكد من وجود أو عدم وجود رصيد في حساب شخص يحمل البطاقة الأخرى ، إضافة إلى هاتين البطاقتين، فقد قامت بعض الشركات الأمريكية بإدخال بطاقة تسمى " Discover"⁽²⁾.

وفي بريطانيا كان بنك باركليز Barclays Bank أول بنك بريطاني يصدر بطاقة ائتمان في عام 1966م . وكان بنك باركليز قد وصل إلى تدابير مع بنك أمريكا كارد " Bank Americard" وكان البنك الأول في المملكة المتحدة يقدم بطاقة اعتماد بطاقة باركلي ، وفي عام 1972م، واستجابة لنجاح باركلي كارد ، ولكي لا يفقد السوق ، فقد طرحت في الأسواق كل من لويدز ، بنك ميرلاند

2- Drury .A.C.Ob.Cit.p29.

1- فياض القضاة، الالتزامات الناتجة عن استخدام بطاقات الائتمان، دراسات علوم الشريعة والقانون، مجلد26، عدد2، 1999.ص395-410.

ناشونال وست مستر، ويليامز، وغلين، والبنك الملكي الإسكوتلاندي بطاقة اعتماد أكسيس "Access Card" (1) وأصبحت البطاقة العامة الانتشار في التعامل اليومي إلى الآن .

ثم بدأت منذ هذه المرحلة تتوالى عملية إنشاء البطاقات و انتشارها، ومن أشهر هذه البطاقات الآن كل من بطاقة فيزا، والماستركارد والأمريكان أكسبرس والداينرز، و مقر المنظمات العالمية لها في أمريكا ، ثم في أوروبا اكسيس ويوردكارد في اليابان مؤسسة J.C.B (2). وإن كانت البطاقات الأمريكية هي الأكثر انتشارا في العالم سواء من حيث اشتراك البنوك في دول العالم في عضويتها أو في قبولها لدى التجار في هذه الدول.

مميزات هذه المرحلة (3)

- أ- انتشار بطاقات الائتمان الالكترونية في جميع أنحاء العالم، ولم تقتصر على الولايات المتحدة الأمريكية.
- ب- تنوع استخدامات البطاقة الائتمانية الإلكترونية .
- ت- ظهور مؤسسات مالية تقوم بالإصدار بنفسها ومؤسسات غير مالية تقوم بإعطاء تراخيص للبنوك الأعضاء لإصدار بطاقات الائتمان في دول أخرى غير الولايات المتحدة الأمريكية وإن كانت معظم هذه المؤسسات تتركز في الولايات المتحدة الأمريكية إلى الآن.

2.1.8.3 نشأة بطاقات الائتمان في الأردن

تعدّ بطاقات الائتمان الالكترونية ظاهرة جديدة في الأردن، وحتى عام 1981م لم يكن هناك أي بنك أردني يقدم هذه الخدمة، وفي نهاية عام 1981م

2- منصور علي القضاة،، بطاقات الائتمان وتطبيقاتها المصرفية، مرجع سابق، ص16.

3- محمد عبد الحليم عمر ، الجوانب الشرعية والمصرفية والمحاسبية لبطاقات الائتمان ، ط1، إتراك للنشر والتوزيع مصدر ، 1997 ص39.

4- نادر شعبان السواح، النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الاكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك التجارية ، مرجع سابق ص16.

كان بنك البتراء البنك الأول في الأردن الذي يطرح بطاقة الائتمان في السوق الأردني على أساس امتياز، ثم أصبح فيما بعد جزءاً من شبكة عالمية لبطاقات الفيزا، وعملت بترا كارد في البداية بشكل بطيء، وذلك عائد إلى ضرورة تعليم العملاء، وتجار التجزئة لمفهوم بطاقة الائتمان وتطبيقاتها.

وفي عام 1982م قدم بنك القاهرة عمان بطاقة ائتمان -Cairo Card- بالتعاون مع بنك البتراء وشروط حمل كل من بترا كارد وكايرو كارد هي نفسها للآتين، ومن هذه الشروط أن يكون لحامل البطاقة حساب مع البنك لكي يسيطر البنك على أي صفقات تجارية ولتجنب أي مشكلات محتملة كنتيجة لسوء استخدام البطاقة (1).

وفي عام 1991م قررت خمسة بنوك أردنية، وهي: بنك الإسكان للتجارة والتمويل، وبنك القاهرة عمان، وبنك المؤسسة العربية المصرفية، وبنك الأردن للاستثمار والتمويل، وبنك الاستثمار العربي، بتأسيس الشركة الأردنية لخدمات الدفع الإلكترونية، وإعطاء هذه الشركة تفويض للتعاقد مع شركة الفيزا العالمية، وكذلك التعاقد مع التجار من أجل قبول بطاقات الفيزا. وقامت هذه الشركة بشراء رخصة وموجودات دائرة الفيزا في بنك البتراء (تحت التصفية). ثم أخذت الموافقة من البنك المركزي على ذلك، وكانت موافقته مقيدة بشروط للتركيز على مراقبة هذه البطاقات مراقبة شديدة، وخصوصاً عند استعمالها خارج المملكة الأردنية الهاشمية (2).

وفي عام 1993م قام البنك الأهلي الأردني بإصدار أول بطاقة ماستركارد بتاريخ الأردن، وبعد ذلك أعلنت ثمانية بنوك أردنية بمساهمة شركة فيزا كارد العالمية تأسيس شركة فيزا الأردن، والتي كانت النموذج الأول من نوعه في المنطقة العربية بشكل خاص، والعالم النامي بشكل عام، لما كانت تتمتع به هذه الشركة المالية العالمية من خبرات وتجارب وضعتها لخدمة السوق الأردني، ضمن نطاق التعامل بنظام بطاقات الائتمان، وتقوم معظم البنوك الأردنية الآن

1 - جلال الشوره، وسائل الدفع الإلكتروني، مرجع سابق ص 26.

2 - منصور علي القضاة، بطاقات الائتمان وتطبيقاتها المصرفية، مرجع سابق ص 18.

بإصدار واحدة أو أكثر من البطاقات (أميركان إكسبرس ، داينرز كلوب) حيث بلغ عدد البطاقات الائتمانية الصادرة في الأردن أكثر من (25) ألف بطاقة دولية مقبولة لدى أكثر من (25000) محل ومؤسسة تجارية في الأردن، كما يقدر حجم التداول السنوي على هذه البطاقات بحوالي 40 مليون دينار(1).

1 - جهاد رضا حباشنه ، الحماية الجنائية لبطاقات الوفاء ، دار الثقافة للنشر، الأردن، 2008، ص36.

المبحث الثاني

أطراف التعامل ببطاقة الائتمان الإلكترونية وفوائدها وسلبياتها

2.2.1 أطراف التعامل ببطاقة الائتمان الإلكترونية

من المعروف وجود أطراف عدة للتعامل ببطاقة الائتمان الإلكترونية بدءاً من إصدارها وانتهاءً بفترة صلاحيتها، كما نجد أن أطراف التعامل بالبطاقات الائتمانية الإلكترونية متعددة، وتوجد بينهم علاقات تعاقدية. حيث نجد أن العلاقة بين المنظمات العالمية والبنوك المصدرة علاقة تعاقدية، والعلاقة بين البنوك وحملة البطاقات الائتمانية علاقة تعاقدية، كما أن العلاقة بين البنوك والتجار علاقة تعاقدية أيضاً، ويمكن تحديد الأطراف المتعاملة بالبطاقة الائتمانية في خمسة أطراف، سيتم مناقشتها كما يأتي (1):

(1) المنظمة العالمية (المركز العالمي للبطاقة)

هي التي لها حق منح تراخيص للبنوك لإصدار البطاقات، وهي تقوم بدور الوسيط بين البنوك الأعضاء المتعاملة في مجال البطاقات وإعطاء التفويضات لتنفيذ أو عدم تنفيذ العمليات التي تستخدم فيها البطاقات ، كما تقوم بدور التسوية بين البنوك الأعضاء، وذلك من خلال حساب التسوية الذي يفتحه كل بنك من البنوك الأعضاء، ويكون تحت تصرف المنظمة، وإزالة أي خلاف بين البنوك الأعضاء . ومن الأمثلة على هذه المنظمات مؤسسة الفيزا العالمية " Visa International " ومنظمة ماستر كارد العالمية " Master Card International ".

(2) البنك المصدر للبطاقة Issuer Bank

هو البنك أو المؤسسة المالية الكبرى التي لها أدوار عدة ، ومنها : التعاقد مع المركز العالمي للبطاقات من أجل حصولها على تراخيص يسمح لها بإصدار البطاقات من خلال دخولها في عضوية إصدار البطاقات ، والتعاقد مع التجار المحليين من أجل قبول هذه البطاقات من عملائها لتسوية عملياتهم من شراء أو تقديم خدمات معينة ، بالإضافة إلى التعاقد مع عملائهم للتعامل بمثل هذه البطاقات، في دفع ما يستحق عليهم للتاجر مقدم السلعة أو الخدمة وحصول التاجر على مقابل ما يقدمه إلى عملائه باستخدام هذه البطاقة .

(3) حامل البطاقة "Card Holder"

هو الشخص أو الأشخاص الذين حصلوا على البطاقة بناءً على طلب تم تقديمه للمصدر ووافق على منحهم إياها ، لتمكينهم من الشراء بوساطتها ، أو الحصول على الخدمات ، وكذلك تمكنهم من السحب النقدي من الصراف الآلي باستخدام البطاقة الممنوحة لهم من مصدر البطاقة ، ويدفع حامل البطاقة للمصدر المستحقات المترتبة عليه جراء استخدام هذه البطاقة أحياناً، وقد يتطلب الأمر الحصول على موافقة البنك أو المؤسسة المالية لإجراءات خاصة .

(4) التاجر Merchant

هو صاحب السوق التجاري للمبيعات ، وهذا الوصف يطلق على الشركات ، أو المؤسسات صاحبة السلع ومحلات البيع ومراكز تقديم الخدمات للجُمهور بشكل عام، ويبرم اتفاق مع مصدر البطاقة لقبول البيع بالبطاقة، ومن ثم يرجع إلى مصدر البطاقة للحصول على ثمن هذه السلعة .

(5) بنك التاجر Acquirer Bank

هو ذلك البنك الذي يتعاقد مع التجار لتحصيل قيم مستحقاتهم نتيجة التعامل مع حملة البطاقات من خلال تقديم السلع والخدمات، وعمل التسويات اللازمة لحساباتهم بعد استقطاع نسبة الخصم المتفق عليها، ويلتزم بنك التاجر بإمداد التجار بالأدوات اللازمة لأداء الخدمة على الوجه الأكمل.

ونلاحظ مما سبق، أن البنك المصدر للبطاقات الائتمانية يكون في الأغلب هو بنك التاجر الذي يقوم بتحصيل قيم التجار ومستحقاتهم وذلك حتى تتم الفائدة والعوائد المتوقعة من إصدار البطاقات للعملاء.

2.2.2 العلاقة التعاقدية بين أطراف التعامل ببطاقة الائتمان الإلكترونية

إن العلاقة التعاقدية بين أطراف التعامل ببطاقة الائتمان الإلكترونية تعدّ من أهم المهام لتصور طبيعة هذا العقد الائتماني للبطاقة ، ومن الناحية التعاقدية يمكن النظر إلى المركز العالمي للبطاقة والمصدر المحلي للبطاقة، كطرف واحد؛ لأن التزاماتهم وحقوقهم تجاه الطرفين الآخرين واحدة، وبالتالي فإنه من الناحية التعاقدية يوجد ثلاثة أطراف للتعاقد .

أما دور كل منهم وما يترتب عليه من التزامات وحقوق تجاه الآخرين، فهذا ما سيتم توضيحه كما يأتي:

1- العلاقة بين مصدر البطاقة وحاملها علاقة تعاقد : هما طرفا العقد على إصدار البطاقة ، ومن أهم شروطه بينهما وضع سقف أعلى للائتمان الممنوح لحاملها من مصدرها، ومن هنا جاء تنوع البطاقات الائتمانية الإلكترونية، فبعضها عادي ، وبعضها ذهبي ، وهكذا .

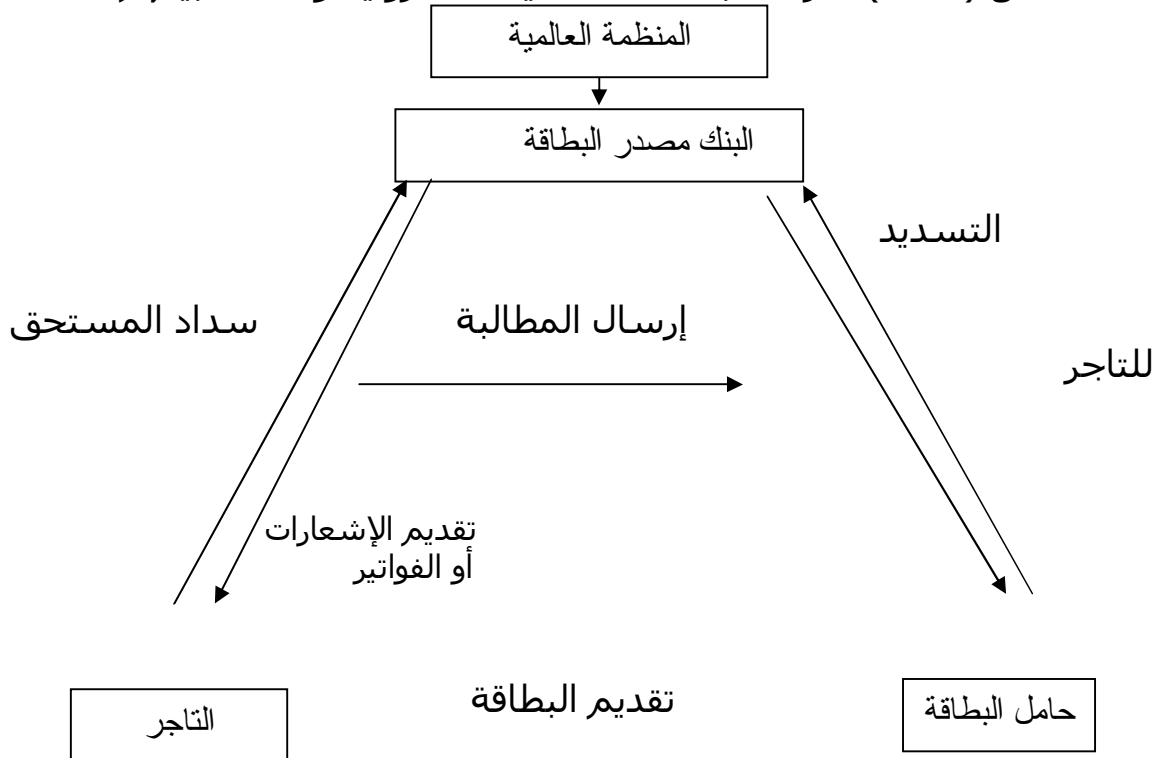
ولهذا كان " الضمان " من مصدرها لحاملها أساساً فيها ، لتحمله الديون المتعلقة بذمة حاملها أمام التجار الذين يتعامل معهم بوساطتها ، وعليه فإن حاملها إذا أحال التاجر بموجبها (تم تحصيل حقه من البنك)، انقطعت الصلة بينهما، فإذا لم يستطع التاجر تحصيل حقه من البنك فلا يرجع إلى حاملها. وكذلك مصدر البطاقة إذا لم يتمكن من تحصيل حقه من حاملها لا يرجع إلى التاجر⁽¹⁾.

ويحكم هذه العلاقة العقد المبرم بين العميل وبين البنك المصدر للبطاقة ، ويسمى هذا العقد "عقد الحامل " ويتضمن هذا العقد شروط إصدار البطاقة،

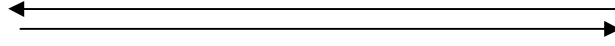
1 - بكر بن عبد الله أبو زيد، بطاقة الائتمان، حقيقتها البنكية التجارية وأحكامها الشرعية، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1996، ص36.

- وكيفية استخدامها وحقوق والتزامات كل طرف ، وهذا العقد يعتبر عقد إذعان، إذ إن البنك يضع شروطاً محددة سلفاً ، وما على العميل إلا أن يقبلها أو يرفضها (1) .
- وعادةً ما يتضمن عقد الحامل البنود الآتية (2):
- 1- تعهد البنك مصدر البطاقة بسداد فواتير حاملها للتجار .
 - 2- تعهد حامل البطاقة بعدم تجاوز حد الائتمان الممنوح له، وبسداد المديونيات والرسوم المقررة عليه كافة، وباستعمال البطاقة استعمالاً شخصياً، ويردها عند الطلب وبالمحافظة على سرية الرقم السري.
 - 3- تحديد رسوم البطاقة.
 - 4- حق البنك في إلغاء البطاقة دون إخطار سابق .
 - 5- تحديد المسؤولية في حالة الاستخدام غير القانوني للبطاقة .
 - 6- تحديد القانون الذي يحكم الاتفاقية عند نشوب النزاع بين الطرفين.
 - 7- التزام حامل البطاقة في حال فقدانها بإبلاغ الدائرة المختصة بذلك، في البنك أو أقرب مكتب تابع لمصدر البطاقة.

الشكل (2 - 2) أطراف البطاقة الائتمانية الالكترونية والعلاقة بينهم .



- 1 - مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الالكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005، ص358.
- 2 - وائل إسماعيل عصفور، بطاقات الوفاء، مجلة البنوك في الأردن، عدد3، المجلد 18، الأردن، 1999، ص18-23.



تقديم سلعة أو الخدمة

المصدر(1): محمد عبد الحليم عمر، الجوانب الشرعية والمصرفية والمحاسبية لبطاقات الائتمان، 1997، ص29.

2- العلاقة بين مصدر البطاقة والتاجر علاقة تعاقد آخر: يكون العقد المبرم

بين مصدر البطاقة والتاجر هو الذي يحدد العلاقة بينهما ، و به يلتزم التاجر بقبول الوفاء بالبطاقة إذا أراد حاملها الوفاء من خلالها ، ويرتب هذا العقد حقا شخصياً مستقلا مجردا عن علاقة البنك بالعميل (2).

ويحكم العلاقة بين البنك مصدر البطاقة والتاجر الذي قبل الوفاء بالبطاقة عقد يسمى "عقد المورد" أو "عقد التاجر" يكون بمقتضاه التاجر أن يعلن إلى الجمهور عن قبوله التعامل بهذه البطاقات، ويلتزم أيضاً بفحص البطاقة والتأكد من سلامة عملية الوفاء من خلالها، كما يلتزم بدفع العمولة المتفق عليها للبنك .

وفي مقابل ذلك يلتزم البنك بتزويد التاجر بالآلات والماكينات التي تسهل عملية الوفاء، وغالبا ما يكون إعطاء البنك للتاجر لهذه الآلات على سبيل الأمانة، ولا يعدّ نقل ملكية ، كما يلتزم البنك إذا ما قدم التاجر بالوفاء أن يسدد إلى هذا التاجر مديونيات حاملي البطاقات، و يعتبر التزام البنك التزاما غير قابل للرجوع فيه، فلا يجوز للبنك أن يحتج على التاجر بأي مبالغ مدفوعة ناشئة عن العلاقة بينه وبين العميل (3).

3. العلاقة بين التاجر وحامل البطاقة: لا تثير هذه العلاقة أي مشكلة إذ

يحكمها العقد الأصلي كعقد البيع أو عقد تقديم الخدمة، كل ما هنالك أن التاجر يلتزم بقبول الوفاء بالبطاقة التي يحملها الحامل.

1 - محمد عبد الحليم عمر، "الجوانب الشرعية والمصرفية والمحاسبية لبطاقات الائتمان" مرجع سابق، ص29.

2 -نواف أحمد باتوباره، منافع والتزامات ومخاطر بطاقة الائتمان، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 13، عدد1998، 25، ص180-203.

1- محمد السعودي، بطاقات الائتمان والأسس القانونية الناشئة عن استخدامها، مرجع سابق، ص41.

وتعتمد العلاقة بين حامل البطاقة والتاجر على طبيعة المعاملة التي تمت بينهما والمدفوع مقابلها بوساطة بطاقة الائتمان الإلكترونية، ولا يؤثر استخدام البطاقة كوسيلة وفاء على طبيعة الالتزام أو العلاقة الأصلية " Underlying Obligation " بين حامل البطاقة والتاجر، فاستخدام البطاقة ليس إلا وسيلة لدفع ثمن السلع والخدمات المباعة لحاملها .

2.2.3 فوائد بطاقات الائتمان الالكترونية وسلبياتها

2.2.3.1 فوائد بطاقات الائتمان الالكترونية

إن استخدام البطاقة الائتمانية بأشكالها وأنواعها كافة لابد وأن يحقق منافع كثيرة لجميع أطراف التعامل بهذه البطاقة سواء لحاملها (المستهلك) أم للتجار أم للبنك المصدر للبطاقة أم الشركة (المنظمة) العالمية ، وكذلك تحقق هذه البطاقة بفضل استخداماتها المختلفة وعوائدها، منافع للاقتصاد العام، وبالرغم من هذه الجوانب الإيجابية ، إلا أن هناك جوانب سلبية تتمثل في المضار التي يخلفها استخدام هذا النظام من البطاقات الائتمانية ، ولذا فإنه من المهم أن نوضح الآثار المترتبة على التعامل ببطاقات الائتمان لتتعرف على المنافع التي تحققها لإطرافها، وكذلك الأضرار أو المساوئ ، وهذا ما سنتعرف عليه فيما يأتي :

أ- . فوائد البطاقة الائتمانية لحاملها (To The Cardholder)

لم تعد بطاقة الائتمان تقدم للمستهلك خدمات السفر والاستجمام فقط، بل تعدت ذلك إلى أن أصبحت تمكنه من شراء حاجياته المختلفة، وكذلك توفير الخدمات الأخرى، مثل: الدخول للمطاعم ، والإقامة في الفنادق ، والحصول على تذاكر السفر التي قد يصاحبها تأمين ضد الحوادث ، واستئجار السيارات ودخول المسارح ، ودفع الضرائب في غير حاجة ليحمل النقود أو تحرير الشيكات ، بل إن البطاقة أصبحت ضمانا للشيكات التي يصدرها ، وهكذا أخذت البطاقة بتلبية جميع وظائف النقود واستخداماتها ، ويضاف إلى ذلك شعور المستهلك بالراحة النفسية عندما يشعر أن بإمكانه أن يدخل إلى أكثر من نصف مليون محل تجاري وشراء ما يريد منها دون الحاجة لأن يحمل معه نقوداً⁽¹⁾ .

1- منصور القضاة، بطاقات الائتمان وتطبيقاتها المصرفية، مرجع سابق، ص54.

بل والأكثر من ذلك، فإن البطاقات الائتمانية ساعدت المستهلك على استقرار النقود خاصة في البطاقات الائتمانية ، فمثلا بطاقة الماستركارد تؤمن للمستهلك سلفه نقدية مقدارها (500) دولاراً، وهي بذلك تجمع بين مزايا ائتمان التجزئة المنتظم (القروض المقسطة) والقروض الشخصية (1).

وأصبحت بطاقات الائتمان الإلكترونية وسيلة دفع جاهزة كبديل للنقد والشيكات، وما يتضمنه من تجنب خطر السرقة والضياع، وكذلك تتيح بطاقات الائتمان للمستهلك القدرة على السحب من أي فرع من البنوك الرئيسية العالمية الانتشار، وكذلك هي مصدر مناسب للاعتماد إذا ما رغب في ذلك حاملها بأي مبلغ عند حدود معينة، كما تعتبر عامل مساعد للميزانية اليومية، حيث إن المستهلك يدفع مبلغاً ثابتاً كل شهر تبعاً لظروفه، ويمكنه أن يخطط تبعاً لذلك، و تعتبر أيضاً وسيلة للمحاسبة وضبط المصارف ، وتوثيق السداد للمطالبات ، وكذلك تمنح الحامل للبطاقة الحماية، لأن شركة بطاقة الائتمان مسؤولة قانونياً عن تاجر التجزئة، لأن المشتريات أجريت على بطاقة الائتمان ، وكذلك هي وقاء من التضخم المالي، حيث إنك تشتري الآن بالبطاقة قبل ارتفاع الأسعار (2).

- ويمكن تلخيص مزايا البطاقات الائتمانية بالنسبة لحامل البطاقة بما يأتي (3):

1. مقدار الأمان الكبير الذي تتمتع به بالنسبة للنقود الورقية .
2. يؤدي استخدام البطاقات الائتمانية إلى تقليل الفواتير والإيصالات الورقية المختلفة في كل من شؤون الفرد والأسرة اليومية، كما أن كثيراً من حاملي البطاقات الائتمانية هم الذين يريدون الإفادة من الاقتراض من البنك (أو الشركة) المصدرة إلى أجل .

2 - عبد القادر العطير ، بطاقات الائتمان العمليات التشغيلية والإطار القانوني ، البلقاء للبحوث والدراسات، مجلد 3، عدد1، 1995 ص38-73.

2 - Meidan Arthur, Bank Marketing Management, Macmillan. London 1984 ,P195.

3 - محمد سعود بن محمد العصيمي ، البطاقات اللدائنية تاريخها أنواعها و تعاريفها توصفها ومزاياها وعيوبها ، ط1، دار ابن الجوزي ، السعودية ، 2003، ص201.

3. تؤدي البطاقات الائتمانية إلى التوسيع على ذوي الدخل المحدودة، بحيث تمكنهم من الدفع بالتقسيط. كما أنهم يستطيعون إتمام الصفقات التي يريدون شرائها عن طريق الهاتف وذلك بمجرد ذكر الرقم الخاص ببطاقته .
4. يستطيع حامل البطاقة من إعطاء حق استخدامها (كالزوج والابن) وذلك على نفس الحساب الائتماني.
5. لا يحتاج حامل البطاقة الائتمانية إلى أي عملية صرافة للعمليات الأخرى، وذلك لأن البنك المصدر هو الذي يقوم بهذه المهمة.
6. ومن مزاياها أنها تعطي حاملها خصماً على بعض السلع والخدمات.
7. تمنح البطاقات الائتمانية حاملها عدم المحدودية الجغرافية، حيث تمكنه من شراء السلع والخدمات خارج نطاق المنطقة الجغرافية التي يقبل فيها شبكته الشخصي، والبنك الذي يتعامل معه .
8. ومن المزايا أيضاً أن بعض البنوك المصدرة للبطاقات الائتمانية تقوم ببيع مجموعة خدمات بنكية كحزمة (أو مجموعة) على المستهلك برسم منخفض لحمله البطاقات .
10. ومن المزايا أن بعض البنوك المصدرة للبطاقات الائتمانية تقوم بإرجاع نسبة مئوية من المبلغ الإجمالي للمشتريات التي تمت عن طريقها إلى حاملها في خطوة منها للدعاية لاستخدامها أكثر من غيرها من البطاقات التي يحملها .
11. يخفض استخدام البطاقات الائتمانية كثيراً من التكاليف على المستهلك، مثل: الذهاب للبنك التجاري للحصول على نقود، أو للحصول على غيرها من الخدمات .
12. يقلل استخدام البطاقات الائتمانية من عدد الشيكات الشخصية المستخدمة في المعاملات التجارية، مما يقلل من كتابة الشيكات الشخصية التي قد تكون مكلفة على العميل.
13. سهولة استخدام البطاقات الائتمانية في عملية السحب النقدي من أي فرع من فروع البنوك المنتشرة عالمياً⁽¹⁾.

1- Hani ،AL Damour, Ob, Cit, P11.

ولا شك بأن البطاقات الائتمانية لها مزايا أخرى كثيرة، منها: سهولة التعاملات التجارية، وعمليات التسوق، كما أنها تلغي عملية الاقتراض الشخص النقدي بين الأشخاص، وغيرها الكثير.

ب- . فوائد البطاقة الائتمانية للتاجر (To The Retailer)

هناك فوائد تعود على حامل البطاقة عند استخدامها ، كما أن هناك فوائد جمة تعود على التاجر الذين يتعاملون بنظام البطاقة. ففي الوقت الذي يتحملون به بعض التكاليف المالية ، لأن؛ المصرف مصدر البطاقة يتقاضى نسبة مئوية من كل فاتورة على حساب التاجر تسمى مصروفات خدمة تدفع للمصرف تتراوح بين (3%) للبضائع والخدمات ذات القيمة المرتفعة ولغاية (5%) في حالة البضائع ذات القيمة الصغيرة، ولكن التاجر يستفيد من ضمان المصرف في تسديد قيمة الفواتير ، وهو يعتبر ضمان مهم يفوق عملية سحب شيك من قبل العميل لمصلحة التاجر إذ قد لا يكون لهذا الشيك رصيد في المصرف المسحوب عليه ، ليتعرض التاجر وقتها إلى عدم استيفاء حقه ، بينما يستطيع التوصل إلى حقه بصورة أكثر ملاءمة عن طريق بطاقة الائتمان ، كما أن التسهيلات التي يحصل عليها العميل ، عن طريق البطاقة الائتمانية تشجعهم على زيادة مشترياتهم وهذا سوف يعود بالنفع الكبير على التاجر⁽¹⁾ .

- ومن أهم مزايا البطاقات الائتمانية بالنسبة للتاجر ما يأتي (2)

1. إن الشركات البائعة والمؤجرة للسلع والخدمات ترغب بضمان استحقاقاتها من المشترين والمستأجرين، وليس هناك أكثر أماناً وأقوى ضماناً لحقوق الشركة من البيع والتأجير بالبطاقات الائتمانية، وذلك أن الشركات المصدرة تضمن وصول حقوق البائعين والمؤجرين لهم.
2. قبول المحلات التجارية بالبطاقات الائتمانية في البيع غير النقدي - مما يقلل من المخاطر التجارية الناتجة عن تضخم ديون العملاء وزيادتها، وتجعل الشركة "البنك المصدر للبطاقة" يتحملها عوضاً عنها.
3. تقلل البطاقات الائتمانية من احتمال أخذ المحال التجارية نقوداً مزيفة .

1 - أحمد سفر، أنظمة الدفع الإلكترونية ، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008.ص183.

2 - محمد بن سعود بن محمد العصيمي، البطاقات اللدائنية تاريخها أنواعها و تعاريفها توصفها ومزاياها وعيوبها، مرجع سابق ، ص215.

4. زيادة حجم المبيعات الناتجة عن استخدام البطاقات الائتمانية، نظراً إلى أن حاملها لا ينظر إلى الإنفاق بها مثل النقود الورقية . كما يؤدي إلى زيادة الإيرادات الناتجة عن بيع السلع والخدمات لحملة البطاقات الائتمانية دون انتظار لتواجد النقود معهم .
5. من المزايا التي تجنيها البطاقات الائتمانية بالنسبة للتجار تخلصهم من كثير من السرقات التي كانت تتم من المحاسبين للمحلات ، ذلك أن استخدام البطاقات الائتمانية لا تترك للمحاسب الفرصة في للحصول على النقود الورقية .
6. إن قبول البطاقات الائتمانية من البائعين والمؤجرين إزاحة لعبئ كبير وعبء متابعة ديون الزبائن والعملاء، حيث إن كل ذلك يكون على الشركات المصدرة للبطاقات والبنوك المشاركة معها.
7. جلب زبائن جدد للمتجر، حيث يمكن لحامل البطاقة الشراء من أي متجر في العالم يتعامل بنفس نوع البطاقة.
8. الاستفادة من إدراج اسم المتجر في الدليل الذي يوزعه المصدر على حملة البطاقات الائتمانية، ووضع شعار البطاقة في مكان ظاهر بالمتجر مما يمثل إعلاناً مجانياً للمتجر التجاري.
9. تعطي البطاقات الائتمانية للمتجر ميزة تنافسية مع التجار الذين لا يتعاملون بالبطاقة.

ت- فوائد البطاقة الائتمانية للبنك المصدر (To The Bank) (1) :

هناك مزايا كثيرة للبطاقات الائتمانية يحصل عليها البنك (أو الشركة) المصدرة من الآخرين في البطاقات. كما تعود على مصدر البطاقة بالأرباح الكبيرة عند استخدام البطاقة من قبل الحامل والتاجر بالإضافة إلى أن البطاقة الائتمانية أصبحت تستخدم كأداة تسويق للبنك المصدر حتى يحصل على أكبر قدر ممكن من حملة البطاقات الائتمانية .

كما أن استحداث البطاقات الائتمانية الالكترونية من قبل البنوك تجلب لها قدراً كبيراً من الأرباح تأخذها - البنوك - من حامل البطاقة من جهة ومن التاجر من

جهة أخرى. فمثلاً حصلت شركة (أميركان إكسبرس) من عمليات إصدار بطاقتها الائتمانية ، أرباحاً صافية قدرت بمبلغ "500" مليون دولار عام 1989م . وقد تجتمع هذه المدفوعات في إصدار واحد من البطاقات الائتمانية:

- ويمكن بيان أهم المزايا للبطاقات الائتمانية بالنسبة للمصدر فيما يأتي (1):

1. رسوم الإصدار من حامل البطاقة . ويقال: رسوم منح البطاقة أو رسوم العضوية، أو رسوم الاشتراك السنوي.
2. الرسوم المتعلقة بعملية تجديد البطاقة الائتمانية عند انتهاء مدتها، ويقال: رسوم البطاقة السنوية، أو رسوم تجديد البطاقة الائتمانية قبل انتهاء مدتها، وذلك كأن يريد صاحبها السفر قبل موعد انتهاء مدتها، فيرغب بتجديد البطاقة الائتمانية.
3. رسوم استبدال البطاقة الائتمانية عند فقدانها .
4. غرامة التأخير المتعلقة بالسداد، ويقال: فوائد التأخير، وقد تصل الفوائد المتأخرات إلى ضعف الفائدة المعتادة على القروض.
5. تحقيق دخل آخر من حامل البطاقة من خدمات مساندة، مثل بيع بعض السلع بالبريد لحاملي البطاقة، أو التأمين على حياة حامل البطاقة.
6. الحصول على عائد من قروض سعر العملة الأجنبية عند التسديد بالعملية المحلية.

ومما سبق يتبين بأن جميع هذه المزايا التي تجنيها البطاقات الائتمانية الإلكترونية لمصدرها تكون من حامل البطاقة، وهذا لا ينفي وجود بعض المزايا من التجار أو غيرها.

1. إن استخدام البطاقات الائتمانية الإلكترونية يقلل من كتابة الشيكات الشخصية التي تكلف البنوك مبالغ طائلة من جراء متابعة أمورها المختلفة، مما أدى أيضاً إلى انعدام الشيكات التي لا رصيد لها (2).
2. كذلك تريح الشركات المصدرة للبطاقة ربحاً مباشراً من المحلات التجارية التي تقبلها، ومن البنوك التجارية التي تصدرها بالتعاون معها، ويدخل في ذلك

2- Jerry Kaiser, Credit Card Incentive Marketing, **Bankers Magazine**, January - February. Vol 1 Iss 2.1995.pp 34-36.

2 - محمد سعود بن محمد العصيمي، البطاقات الائتمانية، مرجع سابق، ص 213.

النسبة المحسومة على المحلات التجارية من مبلغ المبيعات الإجمالي، والرسم المقطوع المفروض على البنوك التي تطلب إصدار البطاقة. والغرامة المفروضة على التاجر عند زيادة البضائع المرجعة عن نسبة معينة في البيع.

3. استفادة البنك من الحساب الجاري الذي يفتحه المحل التجاري في البنك لأجل إكمال إجراءات البيع بالبطاقات الائتمانية ، وما يتبع ذلك من رسوم تفرضها بعض البنوك .

4. تكسب كثيراً من الشركات المصدرة للبطاقات الائتمانية، نتيجة إصدار مجلة أو نشرة دورية توزع على المشتركين في البطاقات، نوعاً من الدعايات التي تنشر فيها الشركات التجارية الأخرى، مثل: الفنادق والمطاعم والأسواق الضخمة .

5. إن إصدار البنوك لخدمة البطاقات الائتمانية تقلل من مخاطر القروض الشخصية.

6. يعمل استخدام بطاقات الائتمان الإلكترونية على زيادة سرعة دوران النقود؛ لأنها تعمل على التقليل من المبالغ التي يحتفظ بها الناس للطلب على النقود لأغراض الاحتياط والمعاملات، وفي هذا زيادة في الأصول المالية التي يستطيع البنك إقراضها واستثمارها.

7. يستفيد البنك المصدر للبطاقة من السمعة العالمية والانتشار العالمي للبنك (1).

8. اكتساب عملاء جدد للبنك، لما للناس من إقبال شديد عليها خاصة وأن البنوك الآن قد صممت بطاقات خاصة بكل فئة تقريباً من فئات المجتمع. وذلك بناءً على مخاطرة الزبون ودخله الشخصي ، وطريقة الشراء الخاصة به والمفضلة له بناءً على تاريخه الائتماني .

ث- فوائد البطاقات الائتمانية للمنظمة الوسيطة بين المصدر وحاملها

تعدّ هذه المنظمات وكالات محلية للشركات العالمية، أو فروع للبنك العالمي لإصدار البطاقات، وتستخدم للوساطة بين الشركة العالمية أو البنك، وبين العملاء، وهذه المزايا تتلخص فيما يلي (الرسوم التي يدفعها البنك مصدر البطاقة إلى المنظمة الوسيطة التي ترعى البطاقة (رسوم الاشتراك)، وذلك

2- Jerry Kaiser. Credit Card Incentive Marketing, **Bankers Magazine**,1995.Ob.Cit.p 34.

مقابل خدماتها المحدودة ، كالقيام بدور الوساطة بين البنك والعميل حامل البطاقة ، وكذلك الرسوم التي يدفعها البنك للمنظمة مقابل عمليات المقاصة ، والتفويض ، والخدمات الأخرى لرعاية البطاقة وتطوير نظامها (1).

إن جميع المزايا التي يجنيها استخدام البطاقات الائتمانية لأطراف العلاقة تصب بالتالي في مصلحة المجتمع عن طريق تحقيق جملة من المنافع للاقتصاد العام، منها: تحقيق الرواج الاقتصادي وذلك عن طريق الإقراض بوساطة بطاقات الائتمان، وبالتالي حدوث رواج في السوق ، والذي يؤدي إلى زيادة أرباح التجارة والأعمال التجارية التي تصب في مصلحة البنوك المحلية، وكذلك التقليل من أخطار التعامل بالنقد من تزوير وتلف وضياع ، وبالتالي توفير على الدولة من طباعة نقد جديد بشكل مستمر، حيث إن البطاقات تعتبر أقل تكلفة(2).

2.2.3.2 سلبات التعامل ببطاقات الائتمان الإلكترونية

على الرغم من وجود فوائد كثيرة وعظيمة للبطاقات الائتمانية الإلكترونية من حيث الاستخدام، إلا أنه لا يمكن إغفال الجوانب السلبية لهذه المعاملة المالية ، ولعل من هذه المساوئ أو السلبات ما يمكن السيطرة عليها وتخطيها . وسوف يتم بيان هذه السلبات حسب تأثر كل طرف من أطراف التعامل بالبطاقات الائتمانية الإلكترونية بما يأتي :

أ- سلبات التعامل ببطاقات الائتمان بالنسبة لحاملها :

ويمكن إجمال هذه السلبات بما يأتي :

أ- إن حامل البطاقة الائتمانية يميل إلى الزيادة في الاقتراض عن طريقها أو على الأقل زيادة الإنفاق أكثر من ميزانيته الشخصية وقدراته العملية ، وذلك راجع إلى عدم الاعتماد على الدخل ولا على الرصيد في البنك ، ولكن على توقع مستوى الدخل في المستقبل (3).

ب- زيادة حجم الديون على الفرد، كلما تأخر عن التسديد لتضاعف غرامة التأخير ((الفوائد)) للبنك مصدر البطاقة.

1 - بكر بن عبد الله أبو زيد، بطاقة الائتمان، حقيقتها البنكية التجارية وأحكامها الشرعية، مرجع سابق. ص 49.

2 - محمد سعود بن محمد العصيمي . البطاقات الدائنية . مرجع سابق. ص 219-220.

3 - بكر بن عبد الله أبو زيد، بطاقة الائتمان، حقيقتها البنكية التجارية وأحكامها الشرعية، مرجع سابق، ص 51.

- ت- استغلال بعض أصحاب المتاجر للبطاقة، بتحميلها بمبالغ لم يتم شراؤها.
- ث- ومن أعظم مخاطرها احتمال سرقتها، ثم سوء استغلالها من الشخص الذي وجدها.
- ج- ومن أكثر عيوب البطاقات الائتمانية وضوحاً ارتفاع نسبة الفائدة على قروضها، وهذه المسألة مثيرة للجدل. فكثير من المستهلكين يدققون على الصغيرة والكبيرة من النواحي الاقتصادية في حياتهم، إلا أن هذه المسألة كثيراً ما تغفل من قبلهم، وقد نبه كثير من الاقتصاديين أن القرض البنكي أقل تكلفة على المستهلك من القرض المسحوب على البطاقة الائتمانية (1).
- ح- ومن عيوبها أن حامل البطاقة الائتمانية ملزم بسداد ما اشترى بها لو ضاعت أو سرقت منه إلى حد معلوم في عقد الاشتراك أو في القوانين المنظمة لعملها.
- خ- حامل البطاقة الائتمانية يدفع رسوماً وغرامات على بعض المخالفات التي في العقد. وذلك مثل دفع غرامه عن السداد المتأخر للأقساط الحالية، أو عن سداد مبلغ أقل من القسط الواجب دفعه. كما أن بعض البنوك تغرم حامل البطاقة مبلغاً لو أضعافها.
- د- تعمل البطاقات الائتمانية على إشعار حاملها بالغنى الوهمي ((ذلك أنه ينظر لها على أنها أصل مالي يملكه بدل أن ينظر إليها على أنها أداة مالية لإراحة حاملها)).
- ذ- من عيوب بطاقات الائتمان حصر المستهلك (حامل البطاقة) في أجهزة مصدر البطاقة(نقاط البيع P.O.S) .
- ر- من العيوب المهمة أن حامل البطاقة الائتمانية يشعر أنه سيسدد المبلغ المقرض في فترة قصيرة، ولكن هذه البطاقات الائتمانية مصممة على الإبقاء على الديون لمدة (36) شهراً على الأقل.
- ز- من المشكلات التي قد تنشأ عن عدم سداد حامل البطاقة في الوقت المحدد وضع اسمه في القائمة السوداء لذوي الائتمان غير المقبول من البنوك والشركات المالية، مما يشكل نوع من الإرباك والتشويه في السمعة.

س- ضياع البطاقات الائتمانية يعني ضياع النقود المحاسبية المخزنة فيها، وهذا يعني عدم قدرة المصدر على قبول دعوى حامل البطاقة الائتمانية، وعدم قدرة الحامل على استنفاد المال الضائع.

ب- سلبيات التعامل ببطاقة الائتمان بالنسبة لمصدرها

هناك بعض السلبيات التي تعود إلى مصدر البطاقة نتيجة التعامل بها، ومن هذه السلبيات ما يأتي :

أ- من أهم المخاطر التي تعود على البنك المصدر من التعامل بالبطاقات الائتمانية عدم تمكنه من تحصيل بعض المبالغ المستحقة على حملة البطاقات (1).

ب- وجود مشكلات تتعلق بتزوير البطاقات الائتمانية المنسوبة للبنك.

ت- إن البنوك قد لا تضع حجم سيولة كافي لمواجهة السحب النقدي والاقتراض على البطاقات الائتمانية المصدرة منها في الحالات الضرورية. مما يشكل خطراً على سيولة البنوك التجارية (2).

ث- وبما أن بعض حملة البطاقات الائتمانية قد لا يستخدمون بطاقتهم مدة

طويلة، فإن ذلك يجعل من البطاقات الراكدة باباً جديداً لزيادة تكاليف البنك.

ج- تؤدي السياسات المتراخية في إصدار البطاقات الائتمانية إلى زيادة نسبة الديون المعدومة التي تغرمها الشركات المصدرة للبطاقات كل سنة .

ح- إن تكاليف ضياع البطاقة الائتمانية وسرقتها والغش والاحتيال والتزوير فيها أصبحت جزءاً مهماً من التكاليف التي يتحملها البنك المصدر للبطاقة.

ت- سلبيات التعامل ببطاقة الائتمان بالنسبة للتاجر

لا شك بما أن التاجر يعتبر أحد أطراف التعامل بالبطاقة الائتمانية، فإنه يجب أن يتأثر بسلبيات التعامل ببطاقة الائتمان، ومن هذه السلبيات ما يأتي:

أ- يمكن القول أن إيرادات البيع ستكون أقل من استخدام البطاقات الائتمانية مما لو كانت مدفوعة بالنقد، إذ إن شركات البطاقات الائتمانية قد تخضع ما

1 - محمد عبد الحليم عمر، الجوانب الشرعية والمصرفية والمحاسبية لبطاقات الائتمان، مرجع سابق ص44.

2 - محمد بن سعود بن محمد العصيمي، البطاقات اللدائنية، مرجع سابق، ص227-228.

بين 1% إلى 7% من قيمة المبيعات،⁽¹⁾ ولكن يمكن أن يكون البائع قد استفاد أيضا من البطاقات الائتمانية بسبب كثرة الزبائن⁽²⁾.

ب- إن التاجر ولأجل التمكن من قبول البطاقات الائتمانية في محله - لا بد له من الانصياع لشروط كثيرة من البنوك التجارية، والتي بدورها قد انصاعت لشروط أخرى من الشركات المنظمة لتلك البطاقات. وليس الحصول على أهلية التاجر " Merchant Status " أمراً سهلاً كما يتصوره البعض، بل هو أمر في غاية الصعوبة في كثير من البلدان ويمكن - بعد حصول بعض المخالفات من قبل البائع - أن يلغي البنك هذه الميزة عن البائع، مما يؤدي وضع الشركة في القائمة السوداء الموحدة للشركات الائتمانية، وهذا يؤدي إلى أن يتحمل التاجر صعوبات جمّة في نشاطه التجاري، وجنوحه للطرق غير المباشرة للحصول على ميزة أهلية للتاجر.

ت- من أهم المخاطر التي تؤثر على التاجر نتيجة تعامله بالبطاقات الائتمانية، من خلال البيع بموجب بطاقة منتهية أو مزورة أو بزيادة الحد المسموح به، وحينها لن يكون المصدر مسئولا عن السداد مما يوقعه في مشاكل مع حملة هذه البطاقة⁽³⁾.

ولاشك أن المجتمع كما يتأثر بالمزايا الإيجابية الناتجة عن استخدام بطاقات الائتمان الإلكترونية، فإنه يتأثر بالنواحي السلبية كذلك. فقد يؤدي الاستمرار في استخدام البطاقات الائتمانية الإلكترونية في المستقبل لزيادة الأسعار في المجتمع مستقبلا. كما أن التنافس بين البنوك والشركات المصدرة للبطاقة الائتمانية تعطيها لأفراد لم يكونوا ليقترضوا من البنك لو قام البنك بتقويم تاريخهم الائتماني بالطرق الاعتيادية في تقويم المتقدمين للقروض الشخصية. بل إن الأصل في هذا النوع من البطاقات أن تمنح لمن ليس لديه حساب في البنك أصلا، ومثل هؤلاء قد لا يحسنون التصرف بها مما يجعلهم يتسلقون سلم الإفلاس تدريجياً، ومن الآثار السلبية، وخاصة في بعض الدول مثل أمريكا التخوف

1 - هذه النسب تتغير من قطاع تجاري إلى آخر. ومن وقت لآخر.

2 - محمد بن سعود العصيمي، البطاقات اللدائنية، مرجع سابق ص 229.

3 - محمد عبد الحليم عمر، الجوانب الشرعية والمصرفية والمحاسبية لبطاقات الائتمان، مرجع سابق، ص 45.

من البنوك التجارية قد تسيطر على قطاع بيع التجزئة عندما يستخدم الناس البطاقات الائتمانية الصادرة لشراء السلع . كما أن هذه الخدمة تتمركز في شبكة خادمة للبنوك . فقد يؤدي تعطل هذه الشبكة لسبب أو آخر إلى نشوء مشكلة عالمية، وذلك لأن هذه الأنظمة والشبكات تقاس مبالغ ضخمة يوميا، ويعني تعطلها حدوث شلل في النظم العالمية للدفع الإلكتروني .

المبحث الثالث

بيانات تطور إصدار البطاقات الائتمانية للبنوك عينة الدراسة

في هذا المبحث تم تناول المتغيرات الداخلة في الدراسة حيث تم تناول هذه المتغيرات من حيث البيانات التي تعبر عن كل واحد من المتغيرات المستقلة وهي كما يأتي:

1- عدد البطاقات الائتمانية (Number Of Credit Card).

الجدول (1-2) عدد البطاقات الائتمانية للبنوك عينة الدراسة

السنة	البنك التجاري	بنك الإسكان للتجارة والتمويل	بنك القاهرة عمان	المؤسسة المصرفية
2003	غير متوفرة	36036	غير متوفرة	2323
2004	350	37973	غير متوفرة	4969
2005	600	60301	15026	5585
2006	1000	82351	28502	5616
2007	2300	89158	33735	6325

المصدر: إعداد الباحث البنوك التجارية، التقارير السنوية، أعداد مختلفة، أقسام بطاقات الائتمان في البنوك التجارية.

يتضح من الجدول(1-2) أن بنك الإسكان للتجارة والتمويل يتصدر البنوك عينة الدراسة في حجم إصدار البطاقات الائتمانية، وبمختلف سنوات الإصدار للبطاقات، حيث بلغ إصداره للبطاقات الائتمانية في عام 2003 ما يقارب (36036) بطاقة، وفي عام 2007 (89158) بطاقة أي بنسبة نمو 147%، ويتبعه في حجم إصدار البطاقات الائتمانية بنك القاهرة عمان، حيث بلغ حجم إصداره للبطاقات عام 2005 (15026) بطاقة، وفي عام 2007 (33735) بطاقة وبنسبة نمو 124%. ويتبعه بنك المؤسسة العربية المصرفية بنسبة نمو 172%، والبنك التجارية الأردني بنسبة نمو 5.57%. ويتضح لنا بأن بنك الإسكان للتجارة والتمويل يستحوذ على نسبة كبيرة من سوق بطاقات الائتمان في الأردن في حجم إصداره لهذه البطاقات الإلكترونية.

2- حجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية (Capital Investment of Credit Card).

الجدول (2-2) حجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية (بالمليون دينار اردني)

2003	غير متوفرة	1579415	غير متوفرة	1223830
2004	192188	2488795	غير متوفرة	1899695
2005	1061916	5477870	14230216	2604021

3865857	15302286	8288372	2397781	2006
5736862	16174356	10533992	2889776	2007

المصدر: إعداد الباحث، البنوك التجارية، التقارير السنوية، أعداد مختلفة، أقسام بطاقات الائتمان في البنوك التجارية.

يلاحظ من الجدول (2-2) أن بنك القاهرة عمان يتصدر البنوك عينة الدراسة في حجم الاستثمار في بطاقات الائتمانية الإلكترونية، حيث بلغ حجم استثماره في البطاقات الائتمانية عام 2005 (14230216) ديناراً وفي عام 2007 بلغ استثماره (16174356) ديناراً؛ أي بنسبة نمو 14%، وربما يعود ذلك إلى مجموع الأصول النقدية الكبيرة، حيث يوجد فروع كثيرة للبنك في مختلف البلدان، ويتبعه في الاستثمار الكبير في البطاقات الائتمانية بنك الإسكان للتجارة والتمويل، حيث بلغ استثماره في البطاقات عام 2003 (1579415) ديناراً، وفي عام 2007 (10533992) ديناراً؛ أي ما نسبته 6%، وذلك عائد إلى استحواذ البنك على حصة سوقية كبيرة بشكل عام.

3- النفقات التشغيلية المخصصة للبطاقات الائتمانية (Operations Expenses of Credit Card).

الجدول (3-2) النفقات التشغيلية المخصصة للبطاقات الائتمانية (بالمليون دينار اردني)

السنة	البنك التجاري	بنك الإسكان	بنك القاهرة عمان	المؤسسة المصرفية
2003	غير متوفرة	343720	غير متوفرة	167014
2004	70000	459117	غير متوفرة	248814
2005	122394	803349	1441575	406702
2006	322678	1295315	1716161	650554
2007	369707	1795812	1991847	930533

المصدر: إعداد الباحث، البنوك التجارية، التقارير السنوية، أعداد مختلفة، أقسام بطاقات الائتمان في البنوك التجارية.

ويمكن أن نستنتج من الجدول (3-2) أن بنك القاهرة عمان لا يزال يتصدر البنوك التجارية في حجم النفقات التشغيلية المخصصة للإنفاق على البطاقات الائتمانية الإلكترونية، حيث بلغ حجم النفقات التشغيلية لبنك القاهرة عمان عام 2005 (1441575) ديناراً، وعام 2007 بلغ حجم إنفاق البنك على البطاقات الائتمانية (1991847) ديناراً؛ أي ما نسبته (42%) وتليه

البنوك التجارية عينة الدراسة وبنسب متفاوتة، ولا شك أنه يوجد علاقة بين حجم الاستثمار في بطاقات الائتمان ونسبة الإنفاق التشغيلي لهذه البطاقات.

4- الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية (Income From Credit Cards).

الجدول (4-2) الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية (بالمليون دينار اردني)

السنة	البنك التجاري	بنك الإسكان	بنك القاهرة عمان	المؤسسة المصرفية
2003	غير متوفرة	1406215	غير متوفرة	420020
2004	163168	1893258	غير متوفرة	430964
2005	114708	2310692	1346379	512107
2006	246653	2690847	1417241	634783
2007	329309	3131448	1489535	684105

المصدر : إعداد الباحث ، البنوك التجارية، التقارير السنوية، أعداد مختلفة، أقسام بطاقات الائتمان في البنوك التجارية.

يستنتج من الجدول السابق (4-2) أن بنك الإسكان للتجارة والتمويل يعتبر من أكثر البنوك التجارية عينة الدراسة حصولاً على الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية الإلكترونية، حيث بلغ الدخل الناتج عن البطاقات للبنك عام 2003 (1406215) ديناراً ، وفي عام 2007 (3131448) ديناراً؛ أي بنسبة نمو(120 %)، ويليه بنك القاهرة عمان في الاستفادة من الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية، حيث بلغ الناتج عن البطاقات للبنك عام 2005 (1346379) ديناراً وفي عام 2007 (1489535) ديناراً أي بنسبة نمو(11%) ، وهذا الارتفاع في نسبة الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية عائد إلى حجم الاستثمار الكبير وحجم النفقات التشغيلية .

أما فيما يتعلق ببيانات البنوك التجارية عينة الدراسة، فالجدول (2-5) يبين هذه البيانات حسب سنوات الدراسة.

الجدول (2-5) بيانات البنوك التجارية عينة الدراسة المتعلقة بالبطاقات الائتمانية الإلكترونية.

السنة	عدد البطاقات الائتمانية (Number Of Credit Card)	النفقات التشغيلية المخصصة للبطاقات الائتمانية (Expenses of Operations)	حجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية (Investment of Capital)	الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية (Income From credit cards)
2003	38359	510734	2803245	1826235
2004	43292	777931	4580678	2487390
2005	81512	1476602	23374023	4283886
2006	117469	2774020	29854296	4989524
2007	131518	3295236	35334986	5634397

المصدر: البنوك التجارية، التقارير السنوية، أعداد مختلفة، أقسام بطاقات الائتمان في البنوك التجارية.

يتضح من الجدول (2-5) أن هناك تذبذباً واضحاً في سنوات إصدار البطاقات الائتمانية الإلكترونية، وما يتعلق بها من متغيرات مختلفة، مثل: النفقات التشغيلية، والدخل الناتج عن البطاقات، وحجم الاستثمار، وعدد البطاقات الائتمانية بالنسبة للبنوك التجارية عينة الدراسة، ويتضح من الجدول أن هناك ازدياداً واضحاً بدأ من عام 2005 حتى عام 2007، ولعل هذا الازدياد في إصدار البطاقات الائتمانية، والزيادة في حجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية، وحجم النفقات التشغيلية، عائد إلى التطور التكنولوجي الكبير في الآونة الأخيرة، والتحسين في المستوى المعيشي عند الكثير من فئات المجتمع الأردني، كما ويلاحظ أن عامي (2004/2003) قد شهدا انخفاضاً واضحاً فيما يتعلق بعدد إصدار البطاقات الائتمانية، وحجم الاستثمار والنفقات التشغيلية، والدخل الناتج عن تلك

البطاقات، وربما كان ذلك بسبب قلة العلم الكافي من العملاء بكيفية عمل تلك البطاقات ، كما قد تأثرت خدمة إصدار البطاقات الائتمانية كباقي الخدمات المصرفية بالأحداث السياسية ، لاسيما الغزوالأمريكي على العراق الأخير عام 2003 في المنطقة العربية والأردن كجزء من هذه المنطقة.

الفصل الثالث الربحية في البنوك التجارية

3.1 مقدمة

لا شك ان تحقيق الأرباح يعتبر من أهم الأهداف التي تحاول منشآت الأعمال على اختلاف أنواعها ومنها البنوك التجارية تحقيقها، فنجاح أو فشل أي إدارة يقاس في العادة من خلال هذا المعيار.

وتأتي أهمية الأرباح كونها مصدراً من مصادر ثقة المودعين والدائنين في البنك، بالإضافة إلى أن تحقيق الأرباح تمكن البنك من زيادة احتياطياته، وبالتالي مواجهة أي خسائر، كما وأنها أحد الوسائل التي تتبعها البنوك لزيادة رؤوس أموالها.

ومما لا شك فيه أن البنوك التجارية تسعى لتحقيق هدف زيادة قيمة ثروة مالكيها عن طريق تحقيق أرباح ملائمة لا تقل عن تلك التي تحققها المشاريع الأخرى، والتي تتعرض لنفس درجة المخاطرة، وتوزيعها عليهم بعد الاحتفاظ بجزء منها على شكل احتياطات إجبارية واختيارية ومخصصات متنوعة وأرباح غير معدة للتوزيع⁽¹⁾.

ولكي تحقق البنوك التجارية هذه الأرباح فإن عليها أن توظف الأموال التي حصلت عليها من المصادر المختلفة، وأن تخفض نفقاتها وتكاليفها؛ لأن الأرباح هي الفرق بين الإيرادات الإجمالية والنفقات الكلية.

3.2 مفهوم الربحية

تعدّ الأرباح مقياس فعالية إدارة البنوك التجارية في إدارة موجوداتها، وإن تحقيق الربح هو الهدف الرئيسي للبنوك التجارية - شأنها شأن أي مشروع، وهي أيضا أداة مهمة لقياس كفاءة الإدارة في استخدام الموارد الموجودة بحوزتها

1 - زياد رمضان، محفوظ أحمد جودة، إدارة البنوك، ط2، الأردن، ، 1996، ص92.

، لذا يرى أن جهداً كبيراً من الإدارة المالية في المؤسسات يوجه بالدرجة الأولى نحو الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة بهدف تحقيق أفضل عائد مناسب للمالكين، ومواجهة مخاطر الائتمان، والاستثمارات، والحصول على رأس المال اللازم.

كما تهدف البنوك التجارية إلى تعظيم ثروة الملاك بزيادة الربحية، وذلك بالاستثمار في أصول تولّد أكبر العوائد بمعنى توجيه موارد البنك نحو الاستثمارات الداعمة للدخل، فالبنوك تسعى دائماً للحصول على قدر كبير من الودائع وبأقل تكلفة ممكنة، ومن ثم توظيف هذه الودائع على شكل تسهيلات ائتمانية واستثمارات مالية تدر أكبر قدر ممكن من الأرباح ضمن درجة سيولة مقبولة، ومخاطر متدنية نسبياً، وذلك لتعظيم صافي الربح النهائي إلى أقصى حد ممكن، وعلى النحو الذي سيؤدي إلى زيادة القيمة السوقية لأسهم البنك في السوق المالي.

وتستمد البنوك التجارية دخلها من مصدرين رئيسيين، هما (1):

- 1- الدخل (قرار الاستثمار) المتأتي من الاستثمار في القروض والأوراق المالية، ويتأتى عن هذا الاستثمار دخل يعبر عنه بفوائد دائنة.
- 2- الدخل (قرار التمويل) المتأتي من توفير الخدمات إلى العملاء : وتشتمل هذه الخدمة بصورة رئيسية تقديم الكفالة، وفتح الاعتمادات المستندية وتحويل الأموال ... إلخ، ويعبر عن هذا الدخل بالعمولات الدائنة.

ويمكن تعريف الربحية "بأنها العلاقة بين الأرباح التي تحققها المنشأة والاستثمارات التي أسهمت في تحقيق هذه الأرباح، وتعدّ الربحية هدفاً للمنشأة ومقياساً للحكم على كفاءتها على مستوى الوحدة الكلية أو الوحدات الجزئية (2).
ويمكن تعريف الربحية أيضاً على أنها " قدرة المنشأة على تحقيق زيادة في قيمة الأصول المستثمرة، فهي الزيادة النقدية التي يحققها صاحب رأس المال باعتبارها تمثل الفرق بين النقد المدفوع على شراء عناصر الاستثمار متمثلة بالفوائد المدفوعة على الودائع بأنواعها، وبين النقد المقبوض على بيع عناصر الاستثمار، وهي القروض والتسهيلات متمثلة بالفوائد المقبوضة". وعليه،

1- مفلح عقل، مقدمة في الإدارة المالية، عمان، الأردن، 2008، ص 59.

2- Joseph, F, Sinkey, *Commercial Bank Financial Management*, 6 Edition, 2002. p 131.

يكون الربح هو مقدار الفرق بين الفوائد والعمولات المقبوضة والمدفوعة على مجمل الودائع لدى البنوك الجانب الأكبر من مصروفاتها، وهذا يبين أن أرباح البنوك التجارية أكثر تأثراً بالتغير في إيراداتها وزيادة الإيرادات بنسبة معينة سينجم عنها زيادة أكبر في أرباحه والعكس صحيح، وعليه يجب على البنوك السعي دوماً لزيادة إيراداتها، وتجنب حدوث انخفاض بها⁽¹⁾.

ومما تقدم يمكن القول بأن الربحية هي بمثابة هدف استراتيجي يمكن المنشآت - البنوك التجارية - من النمو والاستمرارية وتحقيق عوائد كبيرة . ناهيك عن كون الخسارة وعدم القدرة على النمو يؤدي في النهاية إلى تآكل حقوق المالكين وبالتالي إلى التصفية .

3.3 أهمية الأرباح للبنوك التجارية

تسعى البنوك التجارية إلى تحقيق أعلى نسبة من الأرباح بما يرضي المالكين على أساس أن للربح وظائف اقتصادية، منها (2):

1- تعتبر الأرباح ضرورية جداً لمواجهة المخاطر التي لا تستطيع الإدارة الحد منها. ومن هذه المخاطر:

- أ- مخاطر الاستثمار، وهي المخاطر المتعلقة بتدهور قيمة الاستثمارات أو محفظة الأوراق المالية بالرغم من تنوعها .
- ب- مخاطر السرقة والاختلاس.
- ت- مخاطر التصفية الإجبارية لبعض الأصول لمواجهة طلبات المودعين لأموالهم .
- ث- مخاطر الائتمان، وهي المتعلقة بعدم رد المتعاملين للقروض التي حصلوا عليها.

2- تعدّ الأرباح ضرورية لزيادة رأس المال اللازم في المستقبل، وذلك عن طريق :

- أ- إعادة استثمار الأرباح بصفة مباشرة .

3- حاتم مصطفى عبد الرحمن كعنان، السيولة في البنوك التجارية الأردنية وأثرها على الربحية للفترة 1985-1999، رسالة ماجستير، جامعة آل البيت، المرفق 2000.ص65.
4- عدنان عريضي، الوسيط في إدارة المصارف، ط1، بيروت، 1988.

ب- إعطاء المساهمين عائد مقبول على رأس مالهم يزيد من ثقتهم في البنك.

ت- تشجيع أصحاب رؤوس الأموال على الاكتتاب عند زيادة رأسمال البنك .

3- تعدّ الأرباح مقياساً للجهود المبذولة، وأداة للحكم على مدى كفاءة إدارة البنك لموجدهاته.

3.4 العوامل المؤثرة في الربحية

يعدّ تحقيق الأرباح المرضية هدف تسعى إليه المشروعات بأنواعها المالية وغير المالية كافة، إلا أن هذا الهدف تقيد به عوامل داخلية وخارجية عدة تؤثر فيه . ومن هذه العوامل ما يأتي :

أ- العوامل الخارجية

تعدّ العوامل الخارجية التي تؤثر على نشاط البنك وخدماته المقدمة ((بطاقات الائتمان الإلكترونية)) ومن ثم على ربحيته في غير متناول نطاق إدارة البنك وتحكمها ، ومن هذه العوامل(1):

1. الظروف الاقتصادية

تتأثر ربحية البنوك التجارية بمدى استقرار الظروف الاقتصادية المحلية والدولية ، وهناك العديد من الظروف والأزمات التي أثرت في نشاط عمل البنوك التجارية خلال فترات معينة ، والتي بدورها تؤثر في ربحية البنوك ، ما يحمله هذا النشاط (الظرف الاقتصادي) من حالات كالرواج الاقتصادي الذي يزيد معه حجم الودائع بسبب زيادة حجم مبيعات العملاء، وتوسع أنشطتهم الاقتصادية، ويرافق الوضع زيادة الطلب على الائتمان المصرفي والخدمات المصرفية المتنوعة ، كالطلب على الاعتماد المستندي، والكفالات، والحوالات وغيرها من الخدمات المصرفية الإلكترونية ، الأمر الذي يعني زيادة إيرادات المصرف من الفوائد والعمولات، وبالتالي زيادة ربحيته ، بينما تتأثر ربحية المصرف عكسياً بأوضاع الكساد الاقتصادي .

1 - رسمية احمد أمين، أثر جودة الخدمة على الربحية ورضا العملاء في المصارف الأردنية، رسالة ماجستير، جامعة آل البيت، المفرق، 2000م، ص118.

2. درجة التقدم التكنولوجي المستخدمة:

لا شك أن استخدام الوسائل التكنولوجية المصرفية الحديثة يؤدي إلى تنوع الخدمات المقدمة، وإلى زيادة المرونة لمواجهة متطلبات سوق الخدمة المصرفية المحلية والخارجية، كما تساعد التكنولوجيا على الحد من العمل الروتيني، والأعباء الإدارية للعمل المصرفي، مما يؤدي إلى التوجه نحو تقديم المنتج المصرفي حسب حاجة السوق، وبالوقت المناسب مما يعني تحسين ربحية البنك كما أن البعض يرى أنه باستخدام التكنولوجيا بعد فترة تتراوح ما بين (5-10) سنوات قادمة ستزول معها الحاجة إلى فتح فروع جديدة للبنك، الأمر الذي يساعد على خفض التكاليف بشكل كبير وزيادة الربحية.

3. القوانين والتشريعات

تتأثر ربحية البنوك التجارية بمجموعة القوانين والتشريعات التي يصدرها البنك المركزي عليها، التي تساعد على تنفيذ سياساته النقدية، بما يتماشى مع الوضع الاقتصادي السائد، مستخدماً في ذلك - البنك المركزي - مجموعة من الأدوات المختلفة منها تحديد نسب الاحتياطي القانوني، وسعر إعادة الخصم، وشراء الأوراق المالية الحكومية ذات العائد المنخفض. وتؤثر هذه السياسات من البنك المركزي في ربحية البنوك التجارية، فتحدد نوعية القروض الممنوحة وحجمها من البنوك، وتحديد نسب الاحتياطي القانوني من الودائع، وتحديد نسب السيولة وغيرها، جميعاً تؤثر في ربحية البنوك التجارية بالانخفاض.

4. درجة المنافسة بين البنوك التجارية العاملة

إن زيادة حدة المنافسة بين البنوك التجارية، تجعل الربحية تتوزع بينها بشكل متفاوت فالبنك الذي يتمتع بقدرة ومركز مالي كبيرين عن غيره من البنوك المنافسة بتقديمه مجموعة من الخدمات المصرفية المتنوعة، لا شك أنه يجني قدراً كبيراً من الأرباح التي يجنيها بنك آخر لا يتمتع بالموصفات ذاتها.

ب- العوامل الداخلية

تقع العوامل الداخلية تحت سيطرة الإدارة وتحكمها، ولا شك في أن الإدارة التي تسعى لتحقيق أهدافها الاستراتيجية تحاول دائماً التقليل من المخاطر وزيادة ربحيتها، ومن هذه العوامل:

1- إدارة البنك

تعمل البنوك التجارية على الموازنة بين العائد والمخاطر من خلال توزيع مواردها على الاستخدامات المختلفة، والتي تحتوي على التسهيلات الائتمانية ومحفظة الأوراق النقدية والموجودات النقدية، وذلك حتى يعمل البنك على زيادة إيراداته، فهي تعمل على توجيه مواردها نحو محفظة الأوراق المالية، وذلك في حالة انخفاض الطلب على الائتمان، وقيام السلطة النقدية برفع نسبة الاحتياطي النقدي، وسعر إعادة الخصم، وتوجه جزء كبير من مواردها نحو التسهيلات الائتمانية في حالة ارتفاع أسعار الفوائد على التسهيلات، وانخفاض أسعار الفائدة على الودائع محققة بذلك هامش فائدة ملائم ، مما يؤدي إلى الزيادة الكبيرة في الأرباح (1).

2- تشكيلة الخدمات وجودتها ورضى العملاء عنها

إن تنوع الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية، وجودة هذه الخدمات يسهم في الاحتفاظ بالعملاء الحاليين للبنك، واجتذاب عملاء محتملين، ولاسيما أن تحسين جودة الخدمات المصرفية يؤدي إلى الحصول على رضى العملاء، فهم من سيقومون بتكرار الشراء من البنك، ويؤدي بقاؤهم إلى زيادة الأرباح، بسبب الإقبال على الشراء بكميات كبيرة ، كما أن الرضى على ربحية البنك يقلل من المرونة السعرية ، وذلك أن العملاء الذين يتمتعون بالرضى تكون لديهم الرغبة في الدفع مقابل المنافع التي يحصلون عليها، حتى إذا ارتفع السعر، مما ينبغي ارتفاع هامش الربح (2) .

3- كفاءة إدارة الموجودات والمطلوبات (3):

تقدم النسب المالية للإدارة تحليلاً كاملاً عن الوضع المالي للبنك ، وربحيته خلال السنة المالية، وذلك بتحليل كل من نسب: السيولة ونسب المديونية ونسب الربحية وإدارة الموجودات ، وتغطية التكاليف، ومن ثم ربط نتائج هذه

1- ايمن احمد الرشدان، محددات الربحية في المصارف التجارية الأردنية، رسالة ماجستير، جامعة آل البيت، المفرق، 2002، ص 55.

2- رسمية أحمد، مرجع سابق، ص 122.

3- رسمية أحمد، مرجع سابق، ص 123.

النسب مع بعضها بعضاً للوصول إلى كفاءة الإدارة في استغلال مواردها ومضارها وتأثيرها في الربحية .

وكفاءة البنك وسياساته في إدارة موجوداته ومطلوباته من الأمور الداخلية التي تؤثر في ربحية البنك، فقيام البنك بجذب ودائع عملائه وتنميتها، وتقديم خدمات إضافية لهم ، وإعطائهم عائداً جيداً يساعد على احتفاظ العملاء بحساباتهم في نفس البنك .

كما أن تخفيض حجم الديون المشكوك في تحصيلها ، وتقليل التكاليف بأنواعها كافة، والاحتفاظ بقدر من السيولة المناسبة ، والاستثمار بأصول ذات عوائد ملائمة والكفاءة في إدارة القروض، يعدُّ أمراً بالغ الأهمية في التأثير في ربحية البنك ، باعتبار جميع ما سبق المصدر الأكبر للدخل ، كما تعدُّ دراسة أوضاع السوق وتقلباته مقللة من الخسائر التي يمكن أن تحدث في هذا الاستثمار .

3.5 طرق قياس الربحية في البنوك التجارية

تهدف الادارة المالية إلى تعظيم ثراء المالكين، وتحقيق هذا الهدف يعتمد على مدى قدرة البنوك على تحقيق الأرباح، وعادة ما تقاس الربحية بطرق عدة منها⁽¹⁾ :

مقياس شمولي عام للإنجاز، حيث يعدُّ مؤشراً على كفاءة الإدارة في توليد الأرباح من الأصول المتاحة، ويستفاد من هذا المعيار في قياس الربحية، كونه يوضح العلاقة بين العمليات والموجودات التي أسهمت في تحقيقه.

ويمكن تعريف معدل العائد على الاستثمار بأنه " قدرة الدينار الواحد الذي تم استثماره في أصول البنك على توليد الأرباح".

ويمكن استخراجها وفق المعادلة الآتية.

$$(ROA, ROI) = \frac{\text{صافي الربح بعد الضرائب}}{100 \times \text{مجموع الأصول}}$$

مجموع الأصول

ويمكن للبنوك زيادة هذا المعدل من خلال⁽²⁾:

1 - زياد رمضان، الإدارة المالية في الشركات المساهمة، مطبعة الصفدي، عمان، الأردن، 1989، ص109.
2 - محمد الناشد، التخطيط المالي والنقدي، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، منشورات الحلبي، جامعة حلب، 1990، ص231.

- أ- تدني التكاليف الكلية التي يتحملها البنك شريطة ألا يكون ذلك على حساب الإيرادات أو الجودة.
- ب- تخفيض مقدار الاستثمار في رأس المال العامل والثابت إلى أدنى مستوى ممكن.
- والجدول (1-3) معدل العائد على الاستثمار للبنوك التجارية العاملة في الأردن للفترة 2003-2007 م.

جدول (1-3)

معدل العائد على الاستثمار في البنوك التجارية العاملة في الأردن.

السنة	2007	2006	2005	2004	2003
البنك العربي	1.58	1.43	1.19	0.88	0.78
بنك القاهرة عمان	1.60	1.63	2.56	1.21	0.51
بنك الإسكان للتجارة والتمويل	2.22	2.31	2.32	1.21	1.11
البنك الأهلي الأردني	0.55	1.16	1.52	0.42	0.006
ستي بنك	0.17	1.14	1.65	1.15	1.39
بنك سوستيه جنرال	1.00	2.01	1.38	1.75	1.09
بنك الأردن	1.68	1.86	1.99	1.50	0.84
البنك الأردني الكويتي	2.25	2.43	1.98	2.01	1.91
البنك التجاري الأردني	2.26	2.08	3.58	1.70	1-
بنك الاستثمار العربي الأردني	1.10	1.52	1.79	1.25	1.16
بنك المؤسسة العربية المصرفية	1.77	2.12	2.89	1.90	2.57
البنك الأردني للاستثمار والتمويل	0.91	1.45	5	1	0.003
بنك الاتحاد للدخار والاستثمار	1.29	1.39	3.78	2.12	0.18-
بنك المال الأردني	1.44	2.11	3.06	2.97	0.40
HSBC	1.94	1.91	2.03	1.92	0

0.50	0.25	0.60	0.09	0.15-	البنك العقاري المصري
------	------	------	------	-------	-------------------------

المصدر: تم احتساب النسبة من قبل الباحث بالاعتماد على البيانات المالية للبنوك التجارية بالرجوع إلى التقارير السنوية.

يُلاحظ من الجدول (1-3) أن هناك تذبذباً واضحاً في متوسط العائد على الأصول، حيث ارتفع من (5.56%) في عام 2003 إلى (1.44%) عام 2004 ثم إلى (2.33%) عام 2005، ثم انخفض إلى (1.67%) عام 2006 ثم إلى (1.39%) عام 2007، ولعل هذا التغيير في نسبة العائد على الأصول راجع إلى نسبة الاستغلال الكبير للموجودات. حيث يعتبر هذا المؤشر أداة مناسبة للحكم على قدرة البنوك التجارية على تعظيم ثروة ملاكها، فيقيس هذا المعدل مقدار ربحية المالكين نتيجة استثمار أموالهم في مختلف أنشطة البنك.

وهذا المعدل يقيس العلاقة بين صافي الربح بعد الضرائب، و صافي حقوق الملاك والمتمثلة برأس المال المدفوع والاحتياطات، ويكثر استخدام هذا المعدل في المنظمات الصناعية والتجارية لأهميته في تبيان العلاقة بين صافي الأرباح مقسومة إلى إجمالي أموال الملاك⁽¹⁾.

ويحسب هذا المعدل وفق المعادلة الآتية:

$$ROE = \frac{\text{صافي الأرباح بعد الضرائب}}{\text{حقوق الملكية}} \times 100$$

ويرتبط معدل العائد على حق الملكية (ROE) بالعائد على الأصول (ROA) من خلال مضاعف حقوق الملكية (EM) (Equity Multiplier) حيث إن الأخير يساوي إجمالي الأصول مقسومة على إجمالي حقوق الملكية كما يأتي⁽²⁾:

$$ROE = \frac{\text{صافي الدخل}}{\text{إجمالي الأصول}} \times \frac{\text{إجمالي الأصول}}{\text{إجمالي حقوق الملكية}}$$

$$EM \times ROA = ROE \text{ أي}$$

إذن العائد على حقوق الملكية = العائد على الأصول × الرفع المالي.

1 - فايز الزعبي، الرقابة الإدارية في منظمات الأعمال، ط1، جامعة مؤتة، 1995، ص414.

2- Timothy .w. Koch. Scott . Mac Donald. **Bank Management**. The Dryden. Press . 2000. p 114.

والجدول التالي (2-3) يبين معدل العائد على حقوق الملكية للبنوك التجارية العاملة في الأردن للفترة 2003-2007 م.

الجدول (2-3)

معدل العائد على حقوق الملكية في البنوك التجارية العاملة في

الأردن.

السنة البنك	2007	2006	2005	2004	2003
البنك العربي	9.43	8.51	10.76	9.03	8.40
بنك القاهرة عمان	14.5	13.92	19.28	14.5	9.27
بنك الاسكان للتجارة والتمويل	12.52	11.43	19.21	9.16	7.68
البنك الاهلي الاردني	5.50	9.51	14.02	6.50	0.011-
سني بنك	3.19	18	21.88	15.62	18.24
بنك سوسنيه جنرال	8.08	13	10.51	13.32	5.83
بنك الاردن	15.13	18.22	19.64	17.96	11.7
البنك الاردني الكويتي	20.11	20.85	24.80	22.25	20.24
البنك التجاري الاردني	15.29	14.15	19.47	8.30	3.22
بنك الاستثمار العربي الاردني	5.93	11.96	15.94	10.91	11.30
بنك المؤسسة العربية المصرفية	13.65	16.71	22.41	17	23
البنك الاردني للاستثمار والتمويل	8.06	13.21	19.84	10	0.11
بنك الاتحاد للادخار والاستثمار	6.41	12.16	23.27	21.50	2.25-
بنك المال الاردني	7.84	11.5	15.7	20.62	17.61
HSBC	30.39	28.18	30.63	27.90	0
البنك العقاري المصري	5.28	2.63	5.79	0.82	1.52-

المصدر:
النسبة
بالاعتماد

تم احتساب
من الباحث

على البيانات المالية للبنوك التجارية بالرجوع الى التقارير السنوية.

يتضح من الجدول السابق أن معدل العائد على حقوق الملكية يتذبذب ارتفاعاً وانخفاضاً من سنة لأخرى فقد ارتفع من (8.49%) عام 2003 إلى (14.09%) عام 2004، يصل إلى أعلى نسبة (19.57%) عام 2005، ثم اتجه إلى الانخفاض عام 2006-2007 ليصل إلى (14%-11.33%). ولعل انخفاض معدل العائد على الملكية في عامي 2003-2004 راجع إلى الغزو الأمريكي للعراق مما أثرت في الاقتصاد الوطني الأردني.

أما في الفترة الممتدة من نهاية عام 2004 إلى نهاية 2006 ، عاد معدل العائد للارتفاع بسبب تجاوز هذه الأزمة الاقتصادية، وزيادة موارد البنوك المالية، وازدياد حركة النشاط الاقتصادي التي كان لها أثر إيجابي في هذا المعدل.

وفي عام 2007 انخفض معدل العائد على حقوق الملكية بسبب انخفاض أداء بعض البنوك التجارية، وعدم تحقيقها لمعدل من الأرباح بشكل ممتاز، مما أدى إلى تآكل حقوق الملكية وانخفاض نسبة العائد، كما أن هذا الانخفاض سببه ارتفاع أسعار النفط عالمياً .

الفصل الرابع اختبار فرضيات الدراسة ومناقشة النتائج

اختبار فرضيات الدراسة ومناقشة النتائج

الفرضية الأولى

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين عدد البطاقات الائتمانية، وصافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية، وتهدف هذه الفرضية إلى اختبار هذا الأثر إحصائياً بين عدد البطاقات الائتمانية، والدخل الناتج عن البطاقات، وذلك وفقاً للنموذج الرياضي الآتي:

$$NI = \alpha + \beta_1 NC_i + e$$

حيث إن:

NI : Net Income from Credit Card صافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية.

NC : Number Of Credit Card عدد البطاقات الائتمانية.

e : الخطأ العشوائي.

وقد استخدم الباحث اختبار الانحدار البسيط لاختبار هذه الفرضية، وكانت نتائج تقدير النموذج القياسي السابق مبنية على النحو الآتي:

$$NI = 7191.79_{(1.832)} + 37.912_{(8.753)} * NC^{(1)}$$

$$R^2 = 0.950$$

$$F = 76.611$$

ووفقاً للنتائج السابقة يلاحظ أن عدد البطاقات الائتمانية له أثر إيجابي في الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية، وذو دلالة إحصائية بلغت (0.003)، حيث إن زيادة عدد البطاقات الائتمانية بنسبة (1%) بطاقة يؤدي إلى زيادة الدخل بمقدار (37.912) ديناراً، وهذا الأثر معنوي دال عند مستوى دلالة أقل من (1%).

1 - (8.753) قيمة T الاحصائية .
- 0.003 مستوى الدلالة . (T.Sig).

ومن جانب آخر تشير النتائج إلى أن التغير في عدد البطاقات الائتمانية تفسر ما نسبته (95%) من التغير في صافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية .

$$F = 76.611$$

أما بالنسبة لإختبار F ، فهو يقيس معنوية النموذج ككل، وتشير قيمته إلى أنه معنوي عند مستوى دلالة أقل من (1 %)، مما يدل على الثقة العالية للنموذج . وعليه، فإن الفرضية تُقبل؛ أي وجود أثر إيجابي بين عدد البطاقات الائتمانية وصافي الدخل الناتج عنها.

الفرضية الثانية

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين النفقات التشغيلية المخصصة للبطاقات الائتمانية، والدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية، وتهدف هذه الفرضية إلى اختبار الأثر إحصائياً بين النفقات التشغيلية، وصافي الدخل الناتج عن البطاقات. وذلك وفقاً للنموذج الرياضي الآتي :

$$NI = \alpha + \beta_1 OE_i + e$$

حيث إن:

NI : Net Income from credit Card صافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية.

OE : Operation Expenses Of Credit Card النفقات التشغيلية للبطاقات الائتمانية.

e : الخطأ العشوائي.

وقد استخدم الباحث اختبار الانحدار البسيط لاختبار هذه الفرضية، وقد كانت نتائج تقدير النموذج القياسي السابق مبنية على النحو الآتي:

$$NI = 1562.725_{(3.357)} + 1.342_{(5.745)*} OE_i^{(1)}$$

$$R^2 = 0.889\%$$

$$F = 33.002$$

ووفقاً للنتائج السابقة يُلاحظ بأن النفقات التشغيلية لها أثر إيجابي في صافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية، وذو دلالة إحصائية بلغت (0.010)، حيث إن الزيادة في النفقات التشغيلية بنسبة (1) ديناراً سوف تؤدي إلى الزيادة في الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية بمقدار (1.342) دينار، كما أن التغير في النفقات التشغيلية كانت تفسر (88.9%) من الدخل الناتج عن البطاقات، وذلك يعود إلى زيادة الاعلان التسويقي مما يؤدي إلى زيادة حجم إصدار البطاقات الائتمانية.

وتأثير النفقات التشغيلية في الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية مقبول عند مستوى دلالة أقل من (1%)، وبالتالي فإن نتائج التحليل تؤكد صحة الفرضية.

$$F = 33.002$$

وبالنسبة لاختبار F، فهو يقيس معنوية النموذج ككل، وتشير قيمته إلى أنه دال عند مستوى دلالة أقل من (1%)، مما يدل على الثقة العالية للنموذج، وعليه، فإن الفرضية تُقبل، وجود أثر إيجابي بين النفقات التشغيلية المخصصة للبطاقات الائتمانية، وصافي الدخل الناتج عنها.

الفرضية الثالثة

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين حجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية، والدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية، وتهدف هذه الفرضية إلى اختبار الأثر

1 - (5.743) وهي تمثل قيمة T الاحصائية .
- 0.010 وهي تمثل مستوى الدلالة (T.Sig).

إحصائياً بين حجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية، وصافي الدخل الناتج عن البطاقات، وذلك وفقاً للنموذج الرياضي الآتي:

$$NI = \alpha + \beta_1 IC_i + e$$

حيث إن

NI : Net Income from Credit Card صافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية.

IC : Investment Of Credit Card حجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية .

e : الخطأ العشوائي.

وقد استخدم الباحث اختبار الانحدار البسيط لاختبار هذه الفرضية، وكانت نتائج تقدير النموذج القياسي السابق مبنية على النحو الآتي:

$$NI = 1739.536_{(11.507)} + 0.110_{(16.908)^*} IC_i^1$$

$$R^2 = 0.986\%$$

$$F = 285.873$$

ووفقاً للنتائج السابقة يُلاحظ أن حجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية له أثر إيجابي في صافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية، وذو دلالة إحصائية بلغت (0.000)، حيث إن الزيادة في حجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية بنسبة (1) دينار سوف تؤدي إلى الزيادة في الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية بمقدار (0.110) دينار، كما أن التغير في حجم الاستثمار كانت تفسر (98.6%) من الدخل الناتج عن البطاقات.

1- (16.908) وهي تمثل قيمة T الاحصائية
- (0.000) تمثل مستوى الدلالة (T.Sig).

وتأثير حجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية على الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية مقبول عند مستوى دلالة أقل من (1%)، وبالتالي فإن نتائج التحليل تؤكد صحة الفرضية.

$$F = 285.873$$

وبالنسبة لاختبار F ، فهو يقيس معنوية النموذج ككل، وتشير قيمته إلى أنه معنوي عند مستوى دلالة أقل من (1%)، مما يدل على الثقة العالية للنموذج، وعليه، فإن الفرضية تُقبل؛ أي وجود أثر إيجابي بين حجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية وصافي الدخل الناتج عنها.

الفرضية الرابعة

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين صافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية، والربحية الممثلة بالعائد على حق الملكية (ROE)، وتهدف هذه الفرضية إلى اختبار الأثر إحصائياً بين صافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية، والربحية الممثلة بالعائد على حق الملكية، وذلك وفقاً للنموذج الرياضي الآتي :

$$ROE = \alpha + \beta_1 NI_i + e$$

حيث إن

ROE : معدل العائد على حقوق الملكية. Return on Equity.

NI : صافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية Net income from credit card.

e : الخطأ العشوائي.

وقد استخدم الباحث اختبار الانحدار البسيط لاختبار هذه الفرضية، وكانت نتائج تقدير النموذج القياسي السابق مبنية على النحو الآتي:

$$ROE = 1743.78_{(0.012)} + 9.104_{(2.561)} NI_i^{(1)}$$

$$R^2 = (0.582\%)$$

$$F = 6.559$$

ووفقاً للنتائج السابقة ويُلاحظ أن الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية له أثر إيجابي على الربحية وذو دلالة إحصائية بلغت (0.083)، حيث إن الزيادة في الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية بنسبة (1%) ديناراً سوف تؤدي إلى الزيادة في الربحية بمقدار (9.104) دينار، كما أن التغير في الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية كانت تفسر (58.2%) من الربحية ممثلة (ROE) .

وتأثير الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية في الربحية (ROE) مقبول عند مستوى دلالة أقل من (1%)، وبالتالي فإن نتائج التحليل تؤكد صحة الفرضية.

$$F = 6.559$$

وبالنسبة لاختبار F، فهو يقيس معنوية النموذج ككل، وتشير قيمته إلى أنه معنوي عند مستوى دلالة أقل من (1%)، مما يدل على الثقة العالية للنموذج، وعليه، فأنا نقبل الفرضية بوجود أثر إيجابي بين الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية و الربحية ممثلة (ROE) .

1- (2.561) وهي تمثل قيمة T الاحصائية.
- (0.083) تمثل مستوى الدلالة (T.Sig).

الفصل الخامس

الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً : الاستنتاجات

بناءً على مراجعة أدبيات الدراسة، واختبار الفرضيات، فقد خلصت الدراسة إلى الاستنتاجات الآتية.

1- تركز المصارف التجارية العاملة في الأردن على زيادة إصدار البطاقات الائتمانية كخدمة مصرفية إلكترونية؛ لأن لها أثر ايجابي في زيادة

صافي الدخل الناتج عن البطاقات مما يؤدي الى زيادة نسبة العائد على حقوق الملكية .

- 2- تعمل المصارف التجارية العاملة في الأردن على تخصيص جزء كبير من الأصول المالية للنفقات التشغيلية المتعلقة بالبطاقات الائتمانية لتلك المصاريف، لما لها من أثر كبير في زيادة موارد المصارف المالية .
- 3- توصلت الدراسة إلى أن أثر النفقات التشغيلية في صافي الدخل عن البطاقات الائتمانية كان إيجابياً ، والسبب وراء ذلك هو كلما زادت النفقات على الإعلان التسويقي وتوضيح الصورة الكاملة عن البطاقات الائتمانية لدى الزبائن، زاد الطلب على البطاقات الائتمانية من المصارف التجارية المصدرة لتلك البطاقات .
- 4- تعمل المصارف التجارية العاملة في الأردن على تخصيص جزء كبير من الأصول المالية لحجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية لتلك المصاريف، لما لها من أثر كبير في زيادة موارد المصارف المالية ،ولما لها من أثر ايجابي في زيادة نسبة صافي الدخل الناتج عن البطاقات.
- 5- توصلت الدراسة إلى أن أثر حجم الاستثمار في صافي الدخل عن البطاقات الائتمانية كان إيجابياً ، والسبب وراء ذلك هو كلما زاد حجم الاستثمار المولد للتسهيلات الائتمانية، زاد الإقبال على استخدام تلك البطاقات .
- 6- تعمل المصارف التجارية العاملة في الأردن على تحسين الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية وزيادته، لأنه يعدّ مورداً من موارد المصارف المالية، مما يعود إلى ارتفاع ربحية المصارف التجارية العاملة في الأردن ممثلة بالعائد على حقوق الملكية.

ثانياً : التوصيات

بناءً على ما تقدم من نتائج توصل الباحث للتوصيات الآتية:

- 1- ضرورة قيام المصارف التجارية العاملة في الأردن بزيادة إصدار عدد البطاقات الائتمانية وبشكل أكبر بأنواعها كافة.

- 2- ضرورة قيام المصارف التجارية العاملة في الأردن بزيادة مخصصات حجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية، حتى يتم زيادة قدرة الاستثمار في البطاقات الائتمانية، وزيادة العائد من صافي الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية.
- 3- ضرورة قيام المصارف التجارية العاملة في الأردن بزيادة مخصصات حجم النفقات التشغيلية للبطاقات الائتمانية، حتى يتم زيادة قوة الاعلان التسويقي، وتوضيح الصورة الكاملة عن البطاقات الائتمانية لدى الزبائن.
- 4- لاحظت الدراسة وجود تفاوت كبير في حجم المصارف التجارية عينة الدراسة، لذلك ترى أنه من الضرورة، عند إعادة الدراسة أخذ عينة طبقية بناءً على الحجم، وذلك من أجل تحسين المعلومات المستقاة من العينة.
- 5- ضرورة قيام المصارف التجارية العاملة في الأردن، بوضع تسهيلات مصرفية للحصول على البطاقة الائتمانية حتى يتم زيادة إصدار أكبر عدد من البطاقات، مما يؤدي الى زيادة استخدام البطاقات وبالتالي زيادة نسبة صافي الدخل الناتج عن البطاقات.
- 6- ترى الدراسة أنه على المصارف التجارية العاملة في الأردن وضع قيود مصرفية على الزبائن مستخدمي البطاقات الائتمانية الإلكترونية، وذلك من أجل تقليل البطاقات الائتمانية المعدومة التي تتضرر المصارف التجارية من أثارها السلبية.
- 7- العمل على نشر عدد المحلات التجارية التي تتعامل بالبطاقة الائتمانية وزيادتها .
- 8- ترسيخ أهمية استخدام بطاقة الائتمان وتعميقها لدى المواطنين مع وضع التدابير الاحترازية لاستخدام البطاقة الائتمانية.
- 9- توسيع مجموعة الخدمات المصرفية والتجارية التي تغطيها البطاقة الائتمانية.
- 10- ضرورة قيام قيادة المصارف باستخدام الاستراتيجيات التسويقية من أجل ترويج البطاقات الائتمانية .

المراجع العربية

أ-الكتب:

- 1- أحمد جامع، **النظرية الاقتصادية**، دار النهضة العربية، القاهرة، ط4. 1987م.
- 2- أنس ألعلي، **النظام القانوني لبطاقات الاعتماد**، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2005م.
- 3- أحمد سفر، **أنظمة الدفع الإلكترونية**، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، ط1، 2008م.
- 4- بطرس البستاني، **محيط المحيط**، مكتبة لبنان، بيروت، ط1، 1987م.
- 5- بكر بن عبد الله أبو زيد، **بطاقة الائتمان، حقيقتها البنكية التجارية وأحكامها الشرعية**، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1996م.
- 6- جلال عايد الشوره، **وسائل الدفع الالكتروني**، دار الثقافة للنشر، عمان، الأردن، 2008م.
- 7- جهاد رضا حباشنه، **الحماية الجنائية لبطاقات الوفاء**، دار الثقافة للنشر، الأردن، 2008م.
- 8- حسين إبراهيم القضماني، **البطاقة المصرفية والانترنت**، اتحاد المصارف العربية، ط1، 2002م.
- 9- حمزة محمود الزبيدي، **إدارة الائتمان المصرفي والتحليل الائتماني**، الوراق للنشر، عمان، الأردن، 2002م.
- 10- زياد رمضان، **محفوظ أحمد جودة، إدارة البنوك**، عمان، الأردن، ط2، 1996م.
- 11- زياد رمضان، **الإدارة المالية في الشركات المساهمة**، مطبعة الصفدي، عمان، الأردن، 1989م.
- 12- فايز الزعبي، **الرقابة الإدارية في منظمات الأعمال**، ط1، الأردن، 1995م.
- 13- فايز نعيم رضوان، **بطاقات الوفاء**، المطبعة العربية الحديثة، القاهرة، 1995م.
- 14- عبد المنعم مبارك، **النقود والبنوك**، الإسكندرية، مصر، 1995م.

- 15- عبد الوهاب إبراهيم أبو سليمان، **البطاقات البنكية/الاقراضية والسحب المباشر من الرصيد**، دار البشير، جدة ،السعودية، 1998م.
- 16- عدنان عريضي، **الوسيط في إدارة المصارف**، بيروت ، لبنان، ط1، 1988م.
- 17- علي محمد أبو العز، **التجارة الإلكترونية**، دار النفائس، عمان، الأردن، 2008م.
- 18- عمر يوسف عابنه، **الدفع بالتفسيط عن طريق البطاقات الائتمانية**، دار النفائس ، عمان، الاردن 2008م.
- 19- نادر شعبان السواح، **النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الاليكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك التجارية**،الدار الجامعية،الإسكندرية، مصر، 2006م.
- 20- ناظم محمد الشمري ، عبد الفتاح زهير العبدالات ، **الصيرفة الالكترونية** ، دار وائل للنشر ، الأردن ، ط1 ، 2008م.
- 21- محمد بن سعود بن محمد العصيمي ، **البطاقات اللدائنية تاريخها و أنواعها وتعريفها توصفها ومزاياها وعيوبها** ، دار ابن الجوي ، السعودية ، ط1 ، 2003م.
- 22- محمد سعودي، **بطاقات الائتمان والأسس القانونية الناشئة عن استخدامها**، دار الأمين، القاهرة، 2001م.
- 23- محمد عبد الحليم عمر، **الجوانب الشرعية والمصرفية والمحاسبية لبطاقات الائتمان**، ايتراك للنشر، مصر 1997م.
- 24- محمد الناشد، **التخطيط المالي والنقدي** ،مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، منشورات الحلبي ،جامعة حلب، سوريا ، 1990م.
- 25- منير محمد الجنيهبي، ممدوح الجنيهبي، **النقود الإلكترونية**، دار الفكر للنشر، الإسكندرية، 2006م.
- 26- مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، **الأوراق التجارية وسائل الدفع الالكترونية الحديثة**، دار الفكر الجامعي،الإسكندرية ،مصر، 2005م.

- 27- مفلح عقل، **مقدمة في الإدارة المالية**، عمان، الأردن، 2008م.
 28- هاني إدريس، **دورة إدارة العمليات وأمن البطاقات المصرفية**،
 الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، عمان ، الأردن -4
 1998/10/8م.

ب- الرسائل العلمية:

- 1- أمل مفيد الشيخ، **الخصائص الديمغرافية والنفسية للمبتكرين
 الأوائل من حملة بطاقات الائتمان في الأردن**، رسالة ماجستير
 غير منشورة، الجامعة الأردنية، 1998م.
 2- حاتم مصطفى عبد الرحمن عكنان، **السيولة في البنوك التجارية
 الأردنية وأثرها على الربحية للفترة 1985-1999**، رسالة ماجستير
 غير منشورة ، جامعة إل البيت، المفرق 2000م.
 3- رسمية احمد أمين، **أثر جودة الخدمة على الربحية ورضا العملاء
 في المصارف الأردنية**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة ال
 البيت، المفرق، 2000م.
 4- هدى غازي محمد عطالله، **الجوانب القانونية لبطاقات الائتمان**،
 رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن ، 1997م
 5- منصور علي القضاة ، **بطاقات الائتمان وتطبيقاتها المصرفية**،
 رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة اليرموك، 1998م.

أ- المجلات العلمية :

- 1- فياض القضاة، **الالتزامات الناتجة عن استخدام بطاقات الائتمان**،
 دراسات علوم الشريعة والقانون، مجلد26، عدد2، 1999م، ص395-410.
 2- عبد القادر العطير ، **بطاقات الائتمان العمليات التشغيلية والإطار
 القانوني** ، البلقاء للبحوث والدراسات، مجلد 3 ، عدد1، 1995م، ص13-
 76.
 3- وائل إسماعيل عصفور، **بطاقات الوفاء**، مجلة البنوك في الأردن، عدد3،
 المجلد 18، عمان، الأردن، 1999م، ص18-23.

- 4- نواف عبد الله احمد باتوبارة ، **أنواع بطاقات الائتمان وأشهر مصدريها**، مجلة الدراسات المالية والمصرفية ، مجلد 6، عدد 4 ، 1998م.ص46-50.
- 5- نواف أحمد باتوباره، **منافع والتزامات ومخاطر بطاقة الائتمان**، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 13، عدد 25، 1998م. ص180-203.
- 6- محمود الكيلاني، **بطاقات الائتمان**،مجلة البنوك في الأردن، عدد1، مجلد21، شباط 2002م. ص37-40.
- 7- مروه كامل مصطفى، **اتجاهات الإداريين في الجامعات الخاصة في الأردن نحو خدمة استخدام بطاقات الائتمان**، مجلة اتحاد الجامعات العربية، مجلد 2، عدد40، 2000م. ص300-323.

المراجع الأجنبية:

A- Books:

- 1- Craig Van, Sly ken France Belanger, **E-Business Technologies**, United State America.2003.
- 2- Deitel.H.M. Deitel.P.J.K, **E-Business and E- Business for Manager**, 2000.

- 3- Diane Ellis, **the Effect of Consumer Interest Rate Deregulation on Credit Card Volumes, Charge -Offs and the Personal Bankruptcy Rate**, Working Paper. 1998. WWW.SSRN.Com.
- 4- Drury A, C, Ferrier C.W, **Credit Card, London** Butter wrth.1984.
- 5- Efraim Turban, David King, **Introduction to E – Commerce**, New Jersey, Prentice Hall, 2003.
- 6- Jae.Lee .Efraim Turban.Daivd King" **Electronic Commerce"** Dennis.Uiehland 2006.
- 7- Joseph, F, Sinkey, **Commercial Bank Financial Management**, 6 Editions, 2002.
- 8- George Ritzier, **Explorations in the Sociology of Consumption Credit card fast food**, London, 2001.
- 9- Median Arthur, **Bank Marketing Management**, 1997.
- 10- Ritendra Goel, **E- commerce**, new Age International.USA.2007.
- 11- Timothy .w. Koch. Scott. Mac Donald. **Bank Management**. The Dryden. Press. 2000.

B- Thesis and Dissertation:

- 1- Alejandro Pone-Rodriguez. **Consumer and firm behavior in the credit card market**. "Thesis and Dissertation. University of Stanford. 2008.
- 2- Hani AL-Dmour, **What Is The Scope for the Bank Credit Card in The Jordan**, PH, D, Dissertation. University of Edinburgh, 1986.
- 3- Rebecca Olymia Millan" **Credit card Debt: A new Class or A NEW CLLTURE** "Thesis and Dissertation .University of Texas –Pan American 2006.

- 4- Robert H. SCOTT. III, **the Determinants of Default on Credit Card Debt**, Thesis and Dissertation. University of Missouri – Kansas City. 2005.
- 5- Rosita Moore, **Credit Card Knowledge, Attitudes. And Practices of College students**, Thesis and Dissertation. University of Texas Tech. 2004.
- 6- Saihong Jiang .M .A. "**AN International of Credit Card Holding, Borrowing, and Payoff**" Thesis and Dissertation .the Ohio State University .USA. 2007.

C- Journals:

- 1- Ali, K, Erdener, K, Orsay, K, Credit Card Development Strategic for the Youth Market The use of Cojoint Analysis. **International Journal of Bank Marketing**, Vol 12. Iss 6. 1994. PP30-36.
- 2- Barry, S, Nadia, M, Anthony, S, The Economic of Credit Card. Debit Cards And ATMs, **Journal of Banking and Finance** , Vol. 5. Iss . 2007. PP 1468-1483.
- 3- Bodo, B, Schlegelmich & Helen , Woodruffe , A comparative Analysis of The Affinity Card Market in The USA And UK International **Journal of Bank Marketing**, Vol 13. Iss 5. 1995. PP. 12-23.
- 4- Cheng Yeh , Che -Hui line "The Comparisons of data Mining Techniques for the predictive accuracy of probability of default of credit card clients" **Journal Expert system with application**, Vol 36 , Iss 2 . 2008. pp2473- 2480.
- 5- David .B. Humphrey, Replacement of cash by cards in us consumer payment, **Journal of Economic Business**, Vol 56, Iss3. 2004. pp211-225.

- 6- Efrain Turban, Joseph Brahm, Smartcard-Based Electronic Card Payment Systems in the Transportation Industry, **Journal of Organization Computing and Electronic Commerce** ,Vol 10, Iss4 .2000. PP.281-293.
- 7- Jerry Kaiser, Credit Card Incentive Marketing, **Bankers Magazine**, January, February, vol 1 iss 2. 1995. pp 34-36.
- 8- John Wright, Smart Cards: Legal and Regulatory Challenges, **the Bankers Magazine**, vol 3.iss 1. 1997. pp 24-28.
- 9- Humphrey .D .B .Pulley, L, B, Vesala ,J,M ,Cash Paper and Electronic Payment a cross -Country Analysis , **Journal Of Money. Credit and Banking** .1996.WWW.Science direct .com.
- 10- Nejdet .D. & Herbert,S" Credit Card possession and other payment Systems use patterns Among Asian And Hispanic "**International Journal of Bank Marketing**, Vol 12,Iss 4.1994. pp53-70.
- 11- Saloner. G. Shepard. A. Adoption of Technologies with Network Effects: An Empirical Examination of the Adoption of Automated Teller Machine, **Journal of Economics**. PP479-501.1995.
- 12- Suk- Hoon Chung , Yong Moon Suh " Estimating the Utility value of individuals credit card delinquent" **Journal Expert system with application** ,Vol 36 ,Iss 2 .2008. PP 3975-3981.
- 13- William,w,lang,Loretta,J,Mester,Tood,A,Vermilyea.Competitive Effects of Basal II on US Bank Credit Card lending, **Journal of Financial Intermediation**, pp 478-508. 2007.

*ABSTRACT****Using Electronic Credit Cards and Its Effect in Banks
Profitability: Return on Equity Model****By**Mahmoud Akeel Al- mahsen**Supervisor**Dr. Sliman Al- Hawri*

The Purpose of this study was to know the effect of Using the electronic credit cards included the number of electronic credit cards the proportion of Investment in credit cards, and the Operation Expenses to the credit cards, and Explaining its effect in the net Income from credit cards and showing the effect of the net income from credit cards for the banks profitability by Using return on equity model.

This study was applied on a sample Commercial banks working in Jordan, the information and data were collected from Annual reports given by the banks and by returning to the credit management in Commercial banks.

To analyze the study data and to test its hypothesis, the (SPSS) system was used. Moreover, In order to answer the Questions of this study, the equation a simple Regression was used.

This study found that there is the

effect between the number of credit cards. Furthermore, there is effect the net Income from credit cards. The proportion of Investment and net Income from credit cards .moreover there is effect between operation expenses to credit cards and net income from credit cards, and there is a positive effect between net income from credit cards and of profitability (ROE).

The recommendations of this study, the commercial banks working in Jordan must Increase the Issues the credit cards of all kinds, and it must also Increase the operation expenses, Investment for credit cards to Increase the potential of Investment in credit cards in the commercial banks working in Jordan.

ملحق الدراسة

البيانات والنسب المالية للبنوك التجارية
العاملة في الاردن عينة الدراسة

ملحق رقم (1)

العائد على الاستثمار في البنوك التجارية العاملة في الأردن .

السنة	2007	2006	2005	2004	2003	البنك
	1.58	1.43	1.19	0.88	0.78	البنك العربي
	1.60	1.63	2.56	1.21	0.51	بنك القاهرة عمان
	2.22	2.31	2.32	1.21	1.11	بنك الإسكان للتجارة والتمويل
	0.55	1.16	1.52	0.42	0.006	البنك الأهلي الأردني
	0.17	1.14	1.65	1.15	1.39	سني بنك
	1.00	2.01	1.38	1.75	1.09	بنك سوستيه جنرال
	1.68	1.86	1.99	1.50	0.84	بنك الأردن
	2.25	2.43	1.98	2.01	1.91	البنك الأردني الكويتي
	2.26	2.08	3.58	1.70	1-	البنك التجاري الأردني
	1.10	1.52	1.79	1.25	1.16	بنك الاستثمار العربي الأردني
	1.77	2.12	2.89	1.90	2.57	بنك المؤسسة العربية المصرفية
	0.91	1.45	5	1	0.003	البنك الأردني للاستثمار والتمويل
	1.29	1.39	3.78	2.12	0.18-	بنك الاتحاد للدخار والاستثمار

1.44	2.11	3.06	2.97	0.40	بنك المال الأردني
1.94	1.91	2.03	1.92	0	HSBC
0.50	0.25	0.60	0.09	0.15-	البنك العقاري المصري

المصدر : تم إعداد البيانات من قبل الباحث بالاعتماد على :
- البنوك التجارية العاملة في الاردن، التقارير السنوية ، اعداد

مختلفة

ملحق رقم (2)

العائد على حقوق الملكية في البنوك التجارية العاملة في

الأردن .

15.29	14.15	19.47	8.30	3.22	البنك التجاري الاردني
5.93	11.96	15.94	10.91	11.30	بنك الاستثمار العربي الاردني
13.65	16.71	22.41	17	23	بنك المؤسسة العربية المصرفية
8.06	13.21	39.84	10	0.11	البنك الاردني للاستثمار والتمويل
6.41	12.16	23.27	21.50	2.25-	بنك الاتحاد للادخار والاستثمار
7.84	11.5	15.7	20.62	17.61	بنك المال الاردني
30.39	28.18	30.63	27.90	0	HSBC
5.28	2.63	5.79	0.82	1.52-	البنك العقاري المصري الكويتي

المصدر : تم إعداد البيانات من قبل الباحث بالاعتماد على :
- البنوك التجارية العاملة في الاردن، التقارير السنوية ، اعداد مختلفة.

ملحق(3)

عدد البطاقات الائتمانية للبنوك عينة الدراسة للبنوك عينة الدراسة

السنة	البنك التجاري	بنك الإسكان للتجارة والتمويل	بنك القاهرة عمان	المؤسسة المصرفية
2003	غير متوفرة	36036	غير متوفرة	2323
2004	350	37973	غير متوفرة	4969
2005	600	60301	15026	5585

5616	28502	82351	1000	2006
6325	33735	89158	2300	2007

المصدر: إعداد الباحث البنوك التجارية، التقارير السنوية، أعداد مختلفة، أقسام بطاقات الائتمان في البنوك التجارية.

ملحق (4)

حجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية للبنوك عينة الدراسة (بالمليون دينار اردني)

السنة	البنك التجاري	بنك الإسكان	بنك القاهرة عمان	المؤسسة المصرفية
2003	غير متوفرة	1579415	غير متوفرة	1223830
2004	192188	2488795	غير متوفرة	1899695
2005	1061916	5477870	14230216	2604021
2006	2397781	8288372	15302286	3865857
2007	2889776	10533992	16174356	5736862

المصدر: إعداد الباحث، البنوك التجارية، التقارير السنوية، أعداد مختلفة، أقسام بطاقات الائتمان في البنوك التجارية

النفقات التشغيلية المخصصة للبطاقات الائتمانية للبنوك عينة الدراسة (بالمليون دينار اردني)

السنة	البنك التجاري	بنك الإسكان	بنك القاهرة عمان	المؤسسة المصرفية
2003	غير متوفرة	343720	غير متوفرة	167014
2004	70000	459117	غير متوفرة	248814

406702	144157	803349	122394	2005
650554	171616	1295315	322678	2006
930533	199184	1795812	369707	2007

المصدر: إعداد الباحث، البنوك التجارية، التقارير السنوية، أعداد مختلفة، أقسام بطاقات الائتمان في البنوك التجارية.

ملحق (5)

الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية للبنوك عينة الدراسة (بالمليون دينار اردني)

السنة	البنك التجاري	بنك الإسكان	بنك القاهرة عمان	المؤسسة المصرفية
-------	---------------	-------------	------------------	------------------

420020	غير متوفرة	1406215	غير متوفرة	2003
430964	غير متوفرة	1893258	163168	2004
512107	1346379	2310692	114708	2005
634783	1417241	2690847	246653	2006
684105	1489535	3131448	329309	2007

المصدر : إعداد الباحث ، البنوك التجارية، التقارير السنوية، أعداد مختلفة، أقسام بطاقات الائتمان في البنوك التجارية

ملحق(6)

بيانات البنوك التجارية عينة الدراسة المتعلقة بالبطاقات الائتمانية الإلكترونية.

السنة	عدد البطاقات الائتمانية) Number Of (Credit Card	النفقات التشغيلية المخصصة للبيانات الائتمانية Operations) Expenses of (Credit Card	حجم الاستثمار في البطاقات الائتمانية) Capital Investment of (Credit Card	الدخل الناتج عن البيانات الائتمانية Income From credit cards
2003	38359	510734	2803245	1826235
2004	43292	777931	4580678	2487390
2005	81512	1476602	23374023	4283886
2006	117469	2440163	29854296	4989524
2007	131518	3295236	35334986	5634397

المصدر: إعداد الباحث، البنوك التجارية، التقارير السنوية، أعداد مختلفة، أقسام بطاقات الائتمان في البنوك التجارية.

